



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE DIREITO

NATÁLIA RIBEIRO LEVY BOQUADY

**DEMOCRACIA E INTERNET: OS IMPACTOS DAS MÍDIAS DIGITAIS NAS
ELEIÇÕES GERAIS DE 2018**

BRASÍLIA
2018

NATÁLIA RIBEIRO LEVY BOQUADY

**DEMOCRACIA E INTERNET: OS IMPACTOS DAS MÍDIAS DIGITAIS NAS
ELEIÇÕES GERAIS DE 2018**

Monografia apresentada como requisito parcial à
obtenção do grau de Bacharela em Direito pela
Faculdade de Direito da Universidade de Brasília -
UnB.

Orientadores: Prof. Dr. Alexandre Kehrig Veronese
Aguiar e Prof. Dr. Tarcísio Vieira de Carvalho Neto.

BRASÍLIA

2018

NATÁLIA RIBEIRO LEVY BOQUADY

**DEMOCRACIA E INTERNET: OS IMPACTOS DAS MÍDIAS DIGITAIS NAS
ELEIÇÕES GERAIS DE 2018**

Apresentado em 26 de novembro de 2018.

BANCA EXAMINADORA:

Dr. Alexandre Kehrig Veronese Aguiar

Co-orientador

Dr. Tarcísio Vieira de Carvalho Neto

Co-orientador

Me. Aline Rezende Peres Osorio

Examinadora

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, Sandra e Rogério, que todos os dias lutam por mim. Obrigada por serem os meus exemplos de trabalho duro, dedicação, amor e união. Sem vocês eu com certeza não estaria aqui. Ao meu querido irmão, Lucas, pela sua amizade e companheirismo de uma vida inteira. Obrigada pelas palavras de incentivo e pelo bom humor de sempre. Muito obrigada, família, por me ensinar a fazer dos erros, aprendizado. O apoio incondicional de vocês em todos os meus projetos foi essencial para as minhas conquistas.

Àquele que todos os dias me ensina a amar mais e mais, Lucas Vieira, meus sinceros agradecimentos pelo companheirismo, pela parceria e por ser paz em todos os momentos de inquietação. Obrigada não só por compreender esse momento de ansiedade, mas também por participar com afinco em todas as etapas de elaboração deste trabalho. Ele, eu também devo a você.

Aos meus amigos de vida e aos que fiz na graduação, obrigada por sempre me colocarem para cima e por me fazerem acreditar em mim mesma. Vocês ficarão para sempre na minha memória e no meu coração.

Ao meu orientador Alexandre Veronese, que com extrema competência e dedicação me apresentou o novo universo do Direito na Internet e, de pronto, aceitou o convite para me orientar neste trabalho. Obrigada por ter me inspirado a escrever sobre este tema e por todas as dicas durante a realização da monografia.

Ao meu co-orientador Tarcísio Vieira, que, em meio ao furacão das eleições, topou prontamente me ajudar nesse projeto e me recebeu tão calorosamente em nossos encontros. Sua dedicação, inteligência e simpatia me inspiraram todos os dias de nossa jornada.

À professora e querida chefe Aline Osorio, agradeço a confiança de poder trabalhar sob sua chefia em um momento tão importante para o país. Fazer parte de sua equipe no TSE é mais do que uma honra! Você se tornou um exemplo de mulher inteligente, forte, líder, compromissada e sensível para mim. Muito obrigada por todo o aprendizado e por aceitar fazer parte desse momento tão singular na minha graduação.

“A democracia vai nos tirar dessa chuva ácida”
(Carlos Ayres Britto)

RESUMO

O desenvolvimento da internet inaugurou um novo paradigma da comunicação, marcado pela velocidade, pela ausência de fronteiras e pela imensa quantidade de informações. Esse novo modelo comunicacional promoveu transformações irreversíveis nas organizações sociais e em suas instituições tradicionais, em especial as instituições democráticas. De início, as novas tecnologias são associadas à potencialização da democracia, por dar a todos os seus usuários o direito a uma voz. No entanto, os atuais arranjos comunicacionais em rede são construídos com base em uma lógica de mercado, em que os provedores de conteúdos têm por finalidade atrair os usuários para que consumam cada vez mais os seus produtos. Para isso, são utilizadas ferramentas de coleta de dados pessoais dos internautas para identificar seus interesses, customizando conteúdos para atrair a sua atenção. Essa nova arquitetura da rede pode promover a difusão de informações incompletas ou até mesmo falsas com a intenção de provocar algum tipo de reação ou comportamento dos usuários, manipulando suas escolhas. No período eleitoral, em especial, em que os cidadãos devem escolher seus representantes, o problema da desinformação é ainda mais grave. As consequências desses novos arranjos comunicacionais já foram sentidas em processos eleitorais de alguns países, e as eleições gerais brasileiras de 2018 foram o último capítulo dessa história. Este trabalho, então, tem por objetivo analisar os impactos das novas mídias digitais no processo eleitoral brasileiro de 2018. Desta forma, por meio do estudo de referências bibliográficas, são analisadas, em primeiro lugar, a relação entre internet e democracia, tendo por base o seu potencial de aproximar pessoas e promover o debate público. Examina-se, depois, as novas estruturas de rede baseadas na economia de dados e seus potenciais riscos ao processo democrático. Por fim, é realizado um estudo sobre quais foram as influências das redes digitais no pleito eleitoral de 2018, quais foram os desafios ao debate democrático e como eles foram enfrentados.

Palavras-chave: Democracia. Internet. Eleições Gerais de 2018 no Brasil. Riscos. Desinformação.

ABSTRACT

The development of the Internet delivered a new paradigm of communication. This new paradigm is marked by its speed, the absence of borders and the huge amount of information. This new communication model has promoted irreversible transformations in social organizations and in traditional institutions, especially democratic institutions. Initially, new technologies are associated with the empowerment of democracy, giving all its users the right to a voice. However, the current network communication arrangements are built based on a market logic, in which content providers aim to attract users to increasingly consume their products. So, users' personal data is collected to identify their interests and customize content to attract their attention. This new network architecture can promote the dissemination of incomplete or even fake information with the in order to provoke some determined reactions or behaviors in users, manipulating their choices. In the election period, in particular, where citizens must choose their representatives, the problem of misinformation is even more serious. The results of these new communication arrangements have already been felt in electoral processes in some countries, and the Brazilian 2018 general elections were the last chapter of this story. This work, therefore, aims to analyze the impacts of the new digital media in the 2018 Brazilian electoral process. In this sense, through the study of bibliographical references, the relationship between the Internet and democracy is analyzed, based on its potential to bring people together and promote public debate. Then, the new data-centered network structures and their potential risks to the democratic process are examined. Finally, a study is carried out on what were the influences of the digital networks in the election campaign of 2018, what were the challenges to the democratic debate and how were they faced.

Keywords: Democracy. Internet. Brazilian 2018 General Elections. Risks. Disinformation.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	9
1 A DEMOCRACIA NA SOCIEDADE EM REDE.....	11
1.1 A sociedade em rede e a (auto)comunicação de massa	11
1.2 A internet como ferramenta da democracia.....	14
1.2.1 A crise da democracia representativa	16
1.2.2 A democracia deliberativa como alternativa	19
1.2.3 A internet como a nova “esfera pública” global	21
2 NOVOS DESAFIOS À DEMOCRACIA	32
2.1 Campanhas eleitorais na Era Digital	38
2.2 O microdirecionamento de marketing eleitoral	40
2.3 Fake News e pós-verdade: desinformação e manipulação do cidadão	46
2.4 Bots nas campanhas eleitorais: manipulação do debate público	53
3 NOVOS CONFLITOS NAS ELEIÇÕES GERAIS DE 2018	58
3.1 As Eleições Gerais de 2018	58
3.2 As regras do uso da internet nas campanhas eleitorais.....	61
3.3 O protagonismo do Tribunal Superior Eleitoral na intermediação dos conflitos	66
3.3.1 Formulação de boas práticas nas campanhas eleitorais na internet.....	66
3.3.2 A atuação jurisdicional	69
3.4 O resultado das eleições	76
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	80
BIBLIOGRAFIA	83

INTRODUÇÃO

Democracia é comunicação. Ela só se concretiza por meio da interação entre os membros da coletividade. Transformações na comunicação provocam, então, transformações na realização da democracia. Cada novo meio de comunicação provoca uma revolução nas relações sociais, porque permite a troca de ideias e informações de forma cada vez mais rápida e mais próxima. Automaticamente, essa revolução também acontece nos processos democráticos.

O desenvolvimento da internet, portanto, está diretamente ligado à democracia. As novas redes de comunicação se tornaram palco para a discussão democrática e permitiram que cada vez mais pessoas pudessem fazer parte desse processo. Uma vez conectados, todos podem ter a sua voz. A liberdade de expressão se alarga em todas as suas dimensões. Potencializam-se as formas de informar, informar-se e ser informado. Não há limites, fronteiras ou barreiras na internet.

Aos poucos, no entanto, o ideal da autonomia total do usuário vai se esvaecendo. As redes têm intermediadores, donos do conhecimento que permite que as pessoas estejam nelas. Esses intermediários querem monetizar suas redes, e o fazem por meio da venda de produtos e anúncios. Quanto mais se consomem conteúdos, mais se consomem anúncios, e mais ganham os intermediadores. Logo, provedores de conteúdos passam a disputar por cliques: quem chama mais atenção ganha. Inicia-se, assim, um modelo chamado economia da atenção.

Novos mecanismos surgem para abastecer essa economia. Tecnologias de coleta e tratamento de dados pessoais permite identificar exatamente o que o consumidor quer receber. Os dados se tornam, assim, o principal insumo da nova era: com eles, personalizam-se conteúdos para atrair internautas. Estes, que eram consumidores (e por vezes produtores), passam a ser o produto. Surge, aí, uma nova organização comunicacional, em que é possível saber muito de uma pessoa e enviar para ela os conteúdos que ela quer receber.

Com isso, as pessoas acabam sendo fechadas em bolhas digitais, em que só são impulsionados conteúdos que combinem com seus gostos e visões de mundo. Os conteúdos lançados podem ser usados também para imprimir determinado pensamento ou ação nos seus destinatários. Assim, esses novos padrões comunicacionais podem ser usados para manipular mentes e comportamentos.

Com efeito, a incompletude das informações veiculadas restringe as liberdades de informação e de escolha dos usuários, fazendo com que eles sejam mais suscetíveis a

manipulações. A veiculação de notícias falsas também passa a ser uma estratégia para o mesmo objetivo: forjar sentidos comuns e manipular escolhas.

Numa democracia, os efeitos dessas novas relações comunicativas podem ser deletérios. Sem autonomia e liberdade dos cidadãos, não há como ter um debate democrático legítimo e a manifestação da real vontade do povo. E sem esta, a democracia se resume a um mero processo de escolha de representantes, que atuam de acordo com os seus interesses específicos.

Por isso, no período eleitoral, esse cenário de desinformação é ainda mais preocupante. As discussões político-eleitorais devem ser feitas de forma consciente e autônoma para que os cidadãos tomem decisões democráticas de qualidade. Para isso, devem se abastecer de informações verídicas e completas. Se isso não acontece, há vícios na sua vontade.

Assim, a influência dos novos arranjos comunicacionais em eleições têm sido a ordem do dia em discussões políticas e acadêmicas. Consequências nefastas desse ambiente de desinformação já foram sentidas em processos democráticos em outros países, como nas eleições estadunidenses e no plebiscito do Brexit em 2016. O Brasil foi o último país a passar pela onda de desinformação nas eleições. É esse processo o objeto de estudos deste trabalho.

O objetivo deste estudo é, portanto, refletir a relação entre internet, democracia e eleições na era de grandes e rápidos fluxos de informação (e desinformação), e no contexto brasileiro de 2018. Para isso, será analisado, no primeiro capítulo, a relação intrínseca entre internet e democracia, e como aquela pode ser um instrumento amplificador desta.

No segundo capítulo, serão considerados os desafios à democracia que surgiram com esses novos arranjos comunicacionais promovedores de desinformação, como a economia da atenção baseada em dados pessoais, os filtros digitais de informações, a proliferação de *fake news* e a manipulação dos debates políticos por meio de *softwares* automatizados.

Por fim, no terceiro capítulo, será investigado o processo eleitoral brasileiro de 2018 e os desafios que se colocaram com o uso das novas tecnologias, assim como as formas de enfrentamento (ou não) deles.

O assunto é desafiador pela fluidez e intangibilidade da realidade cibernética. É igualmente desafiador discutir eleições durante o período eleitoral, por ser esse um alvo sempre em movimento. No entanto, não há momento mais rico do que o processo eleitoral para se pensar na democracia, em especial nas suas adversidades, com o fim de, assim, ponderar medidas de solução dos problemas e aprimoramento de seus processos.

*“Eu quero entrar na rede
Promover um debate
Juntar via Internet
Um grupo de tientes de Connecticut”
Gilberto Gil – Pela Internet (1996)*

1 A DEMOCRACIA NA SOCIEDADE EM REDE

1.1 A sociedade em rede e a (auto)comunicação de massa

O desenvolvimento da internet inaugurou um novo paradigma da comunicação. As novas tecnologias conectaram pessoas e grupos sociais do mundo todo em redes complexas, transformando as suas formas de obter e trocar informações, de produzir e consumir bens, de se relacionar entre si e, enfim, de pensar e entender a realidade. Essas novas redes foram responsáveis por uma revolução das instituições tradicionais e uma reestruturação de organizações sociais, políticas e econômicas.

Desenhou-se, então, um novo arranjo social: a chamada “sociedade em rede”, ou “sociedade da informação”. Segundo o sociólogo Manuel Castells, a sociedade em rede é a “estrutura social construída em torno de redes ativadas por tecnologias de comunicação e de informação processadas digitalmente e baseadas na microeletrônica”¹. Essa estrutura é marcada pela ubiquidade da informação, por mudanças rápidas e constantes, pela conexão entre indivíduos e instituições sem precedentes, bem como pela ausência de barreiras.

A sociedade da informação é um fenômeno global. Mais de quatro bilhões de pessoas no mundo todo estão hoje conectadas à internet². Cada dia mais o acesso às redes se barateia, expandindo o seu alcance, especialmente em países em desenvolvimento. No Brasil, mais de 116 milhões de pessoas estão nos ambientes digitais, o equivalente a mais de 60% da população com idade acima de 10 anos, de acordo com pesquisa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE divulgada em fevereiro de 2018³.

Desse modo, as chamadas TICs (Tecnologias da Informação e Comunicação) se tornaram indispensáveis à vida contemporânea. Os indivíduos estão ininterruptamente conectados em diversas redes, onde compartilham e consomem conteúdos todos os dias. Por

¹ CASTELLS, Manuel. *O Poder da Comunicação*. 2ª Edição. Trad. de Vera Lúcia Mello Joscelyne; Rev. de Isabela Machado de Oliveira Fraga. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2017. p. 70.

² *Digital in 2018: World's internet users pass the 4 billion mark*. Disponível em: <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>>. Acesso em 25/10/2018.

³ Brasil tem 116 milhões de pessoas conectadas à internet, diz IBGE. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/brasil-tem-116-milhoes-de-pessoas-conectadas-a-internet-diz-ibge.ghtml>>. Acesso em 25.10.2018.

isso, não só usam a internet, vivem com ela⁴. Os limites entre o mundo *on-line* e o mundo *off-line* se esvaíram⁵. As tecnologias passaram a ocupar um papel central na realização de atividades diárias do mundo “real”, como trabalhar, estudar, fazer compras, negócios e até se locomover. Assim, o mundo virtual se tornou efetivamente a realidade social.

Essa intensa expansão da internet, tanto em seu alcance quanto em sua utilidade, se deu a partir da década de 1990, com a criação da rede de computadores (a *World Wide Web*) e dos *softwares* de código aberto (inclusive os protocolos de internet). A intersecção entre esses dois elementos simplificou ações como transferir, acessar e comunicar conteúdos e fez desenvolver, de forma intensa, a comutação digital e a capacidade de transmissão nas redes de telecomunicação⁶.

A partir daí, houve a ampliação dos fluxos de dados, mudanças de regulação que permitiram mais liberdades nas redes, o alargamento das bandas de telecomunicação e a difusão dos computadores pessoais (*personal computers*). Isso resultou num crescimento exponencial de usuários conectados, motivados pelo desejo de se comunicar de maneira mais barata e pelas vantagens oferecidas ao mundo empresarial⁷.

Nos anos 2000, os dispositivos sem fio, como os celulares, começaram a se popularizar e, na década seguinte, passaram a se conectar com a internet. Permitiu-se, então, que as pessoas entrassem nas redes digitais de qualquer lugar. Com o avanço das tecnologias sem fio 3G e 4G o desenvolvimento dos *smartphones*, as redes se tornaram praticamente onipresentes⁸.

Nesse ínterim, surgiu uma variedade de novos mecanismos que permitiram uma ampla interação das pessoas com os conteúdos *on-line*, bem como a produção dos seus próprios conteúdos, como os blogs, os *sites* de redes sociais (*Facebook*, *Twitter*) e o *YouTube*. Os usuários passaram de meros consumidores de informação a sujeitos ativos da comunicação, ultrapassando a concepção inicial da internet de ser uma coleção de documentos interconectada, com usuários navegando por esses documentos e clicando em *hiperlinks*⁹.

⁴ CASTELLS, Manuel. *O Poder da Comunicação*. 2ª Edição. Trad. de Vera Lúcia Mello Joscelyne; Rev. de Isabela Machado de Oliveira Fraga. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2017. p. 111.

⁵ THELWALL, Mike. *Society on the Web*. In: *The Oxford Handbook of Internet Studies*. Nova York: Oxford University Press, 2013. pp. 69-85.

⁶ CASTELLS, Manuel. *O Poder da Comunicação*. 2ª Edição. Trad. de Vera Lúcia Mello Joscelyne; Rev. de Isabela Machado de Oliveira Fraga. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2017. p. 109.

⁷ *Idem*, p. 109.

⁸ *Idem*, p. 110.

⁹ THELWALL, Mike. *Society on the Web*. In: *The Oxford Handbook of Internet Studies*. Nova York: Oxford University Press, 2013. pp. 69-85.

Essas novas ferramentas configuraram uma mudança revolucionária de uma *web* centrada na organização razoavelmente estática para uma versão dinâmica centrada nas pessoas¹⁰. As tecnologias digitais anteriores também incorporaram essa nova dinâmica, e a *web* como um todo passou a ser interativa e co-criada. A esse novo paradigma da internet se deu o nome de *Web 2.0*, que pode ser definida como “não apenas como uma coleção de *sites*, mas como um conjunto de recursos digitais definidos dinamicamente, abrangendo vários *sites* considerados relevantes ou relacionado a um tema central”¹¹.

A expansão da internet, a comunicação sem fio, as mídias digitais e a variedade de ferramentas de *softwares* sociais com interfaces acessíveis estimularam o “desenvolvimento de redes horizontais de comunicação interativa que conectam o local e o global em um momento determinado”¹². Esses espaços sociais, como as redes sociais, os fóruns de discussão e os blogs, viabilizaram a democratização do poder comunicativo e informacional.

Assim, os indivíduos passaram a se apropriar desses meios de comunicação e a formatá-los à sua maneira. Todo o sistema de comunicação foi reinventado e reconstruído de acordo com a cultura, os interesses, as iniciativas e os sistemas de interação dos diferentes conjuntos sociais. A nova conformação é aberta, fluida, dinâmica e marcada pelas redes p2p (*peer to peer*, ou par a par).

Castells chama essa nova forma de comunicação de *autocomunicação de massa*¹³. Para ele, a comunicação é de massa pois tem o potencial de atingir um público geral, não identificável, como um vídeo publicado no YouTube, conteúdos em *sites*, um blog aberto ou publicações em redes sociais. Concomitantemente, é autocomunicação porque a mensagem é autogerada, “a definição dos receptores potenciais é autodirecionada e a recuperação das mensagens específicas, do conteúdo da *World Wide Web* (WWW, a rede de alcance mundial) e de redes eletrônicas de comunicação é autosselecionada”¹⁴.

Nesse sentido, a autocomunicação de massa é muito mais aberta e democrática do que as comunicações de massa tradicionais, como a televisão, o rádio e a imprensa, que são unidirecionadas e emitidas de poucos para muitos. O que é divulgado (ou não) é definido por um editorial, que pode escolher os conteúdos de acordo com uma agenda política ou

¹⁰ THELWALL, Mike. *Society on the Web*. In: *The Oxford Handbook of Internet Studies*. Nova York: Oxford University Press, 2013. pp. 69-85.

¹¹ SCHNEIDER, S; FOOT, K. *The Web as an Object of Study*. In: *New Media & Society*, Vol. 6, nº 1. pp. 94-102.

¹² CASTELLS, Manuel. *O Poder da Comunicação*. 2ª Edição. Trad. de Vera Lúcia Mello Joscelyne; Rev. de Isabela Machado de Oliveira Fraga. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2017. p. 113.

¹³ *Idem*, p. 102.

¹⁴ *Ibidem*.

interesses corporativos, sem muitas vias de interação ou *inputs* dos consumidores. Os procedimentos de *gatekeeping* (controle de acesso)¹⁵ das mídias tradicionais são muito mais rigorosos e caros, enquanto que qualquer coisa que entra na internet, em teoria, pode chegar ao mundo todo a um preço ínfimo.

Ao mesmo tempo, as mídias de massa também passaram a usar as redes digitais e a explorar o potencial amplificador das novas tecnologias. Os jornais e revistas hoje se organizam em rede e estão conectados às redes globais de informação. As emissoras de televisão também disponibilizam seus conteúdos na *web* de uma forma mais interativa, com comentários e *likes*. O rádio também passou a ser transmitido pelas redes digitais. Dessa maneira, os modelos de negócios dos meios de comunicação tradicionais passaram a ser pautados na lógica das redes, tanto nos modos de criação como nos de propagação dos conteúdos.

As novas redes digitais transformaram as estruturas da comunicação e das relações humanas. Com a *Web 2.0*, os cidadãos passaram a ter autonomia para se expressarem e se comunicarem como bem entenderem. Passaram também a criar espaços sociais virtuais livres e abertos, para debater e discutir assuntos de seus interesses e ter acesso a uma ampla e irrestrita variedade de informações. Portanto, as TICs subverteram arranjos sociais, políticos e econômicos, em especial em razão do seu potencial democratizador da informação e do poder da comunicação, o qual será estudado a seguir.

1.2 A internet como ferramenta da democracia

O ecossistema da internet é estruturado em redes digitais interconectadas por meio das quais os seres humanos realizam atividades comunicativas de diversas formas. Nessas redes são formados espaços públicos de interação que permitem trocas de informações, opiniões e ideias. Essas comunidades virtuais têm o potencial de revitalizar e amplificar a esfera pública de sorte que passou a ser considerada a nova ágora do debate democrático¹⁶. Por essa razão, a internet foi amplamente anunciada pelo seu poder democratizador da comunicação e da informação.

¹⁵ CASTELLS, Manuel. *O Poder da Comunicação*. 2ª Edição. Trad. de Vera Lúcia Mello Joscelyne; Rev. de Isabela Machado de Oliveira Fraga. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2017. p. 113.

¹⁶ LILLEKER, D.; THIERRY, V. *The Internet in Campaigns and Elections*. In: *The Oxford Handbook of Internet Studies*. Nova York: Oxford University Press, 2013. pp. 401-420.

Naturalmente, os novos espaços públicos de interação se tornaram palcos de discussões políticas. Neles, os indivíduos podem se conectar com pessoas com visões políticas diversas e debater tópicos que consideram relevantes para uma determinada coletividade. Do mesmo jeito, podem se reunir com pessoas com interesses e reivindicações políticas semelhantes para deliberar e coordenar ações. Conferiu-se, então, aos cidadãos e cidadãs uma autonomia inédita, uma vez que passaram de meros receptores de informações dos meios de comunicação tradicionais aos próprios emissores de conteúdos e opiniões, mesmo que para uma audiência simples.

Esse cenário favoreceu um aumento do engajamento político da sociedade. Os cidadãos passaram a se interessar mais em notícias e informações sobre as conjunturas de poder de suas comunidades e a buscá-las autonomamente na *Web*. Com base nas vivências nas redes, os cidadãos constroem suas opiniões e visões de mundo, que são compartilhadas com seus pares, formando uma vontade coletiva e constituindo novas forças políticas e sociais capazes de influenciar as estruturas políticas do mundo real.

Nesse sentido, as redes abertas e hiperconectadas da internet conceberam um novo paradigma da liberdade de expressão. Os espaços sociais da internet pressupõem a livre expressão dos pensamentos, ideias e crenças. Também está no cerne da comunicação em rede a liberdade de informação, nas suas três dimensões (os direitos de informar, informar-se e ser informado)¹⁷, bem como a liberdade de imprensa dos meios de comunicação social que utilizam as redes. Com as TICs, portanto, essas liberdades comunicativas foram aprimoradas, potencializadas e socializadas: todos têm uma voz na internet.

A capacidade associativa das redes e a imensurável disponibilidade de informações nesse ambiente ampliam e qualificam o debate democrático, fortalecendo o exercício da cidadania. Argumenta-se que esses mecanismos de participação social no debate público conferem aos cidadãos o poder de influir e atuar, direta ou indiretamente, nos processos de tomada de decisões políticas e nas definições das agendas e projetos dos governos. Portanto, inspirando-se nos escritos do Professor Tarcísio Vieira de Carvalho Neto¹⁸, argumenta-se que

¹⁷ Segundo a Professora Aline Osório, em obra obrigatória que propõe um marco teórico para a liberdade de expressão, “a *liberdade de informação* corresponde ao direito de transmissão e comunicação de fatos. Ela inclui destacadamente (i) o *direito de acesso à informação*, garantindo a liberdade de busca e de investigação de informações por todos os meios (lícitos), (ii) o *direito de informar*, que inclui a liberdade para a transmissão das informações processadas a partir de um determinado meio, e (iii) o *direito de ser informado*, assegurado a liberdade dos cidadãos de receberem todo tipo de informação do Poder Público, dos meios de comunicação e, na era da Internet, também dos demais cidadãos”, grifos no original. OSORIO, Aline. *Direito eleitoral e liberdade de expressão*. Belo Horizonte: Fórum, 2017. p. 45.

¹⁸ NETO, Tarcísio Vieira de Carvalho. *Democracia Digital*. In: Reforma Política: Homenagem ao Ministro Celso de Mello (Org. Erick Wilson Pereira). Brasília: Conselho Federal OAB, 2017.

a internet se torna um instrumento significativo de oxigenação e aperfeiçoamento da democracia representativa tradicional, a qual experimenta uma profunda crise de legitimidade.

1.2.1 A crise da democracia representativa

Nas últimas décadas, os países intitulados democráticos vêm passando, de modos mais ou menos intensos, por um processo de estremecimento dos laços entre os cidadãos e as instituições representativas. O Professor Luis Felipe Miguel¹⁹ fala numa “crise do sentimento de estar representado, que compromete os laços que idealmente deveriam ligar os eleitores a parlamentares, candidatos, partidos e, de mais genericamente, aos poderes constitucionais”. Essa crise é evidenciada por uma generalizada descrença nas instituições democráticas, pela desconfiança dos cidadãos nos representantes e por um desânimo geral em participar da arena política, inclusive por meio do voto.

Esse cenário de incredulidade e ceticismo é causado por uma conjuntura de poder que consolidou o profundo distanciamento entre a atuação da classe de representantes e a vontade dos representados. Isso porque, em grande medida, as instituições tidas como democráticas conduzem a coisa pública visando atender interesses específicos de uma elite econômica e política, não refletindo os anseios e necessidades do povo²⁰.

Além disso, os espaços de participação dos cidadãos nas tomadas de decisões políticas são raros, de forma que não há muitas vias para o oferecimento de *inputs* dos representados às políticas de governo, tampouco para o controle social das instituições e governantes. Assim, abandona-se a principal promessa da democracia: a de ser o governo do povo, para o povo. A democracia fica sem a sua substância e se reduz a um mero procedimento de escolha dos representantes, legitimando uma atuação política descompromissada com os representados.

Para o Professor Luís Roberto Barroso²¹, a crise de legitimidade do poder no Brasil é consequência de um sistema de normas e estruturas que dificultam a representação. Ele aponta que um dos fatores que causam a dissociação entre a vontade dos representados e a dos representantes é o próprio sistema eleitoral, em especial no sistema de eleição proporcional com lista aberta. Nele, os partidos e coligações elegem o número de deputados

¹⁹ MIGUEL, Luis Felipe. *Representação Política em 3-D: Elementos para uma teoria ampliada da representação política*. In: Revista Brasileira de Ciências Sociais. Vol. 6 nº 51. Fevereiro de 2013.

²⁰ *Idem*.

²¹ BARROSO, Luís Roberto. *Reforma Política no Brasil: os consensos possíveis e o caminho do meio*. Texto-base da tradução para o português de apresentação feita na Faculdade de Direito da Universidade de Harvard, no painel *Political Reforms: Towards a more representative democracy?*, no Brazil Harvard Conference, realizado em 17 de maio de 2015.

correspondente à sua votação, em função do quociente eleitoral e no quociente partidário. Esse método é problemático porque a maior parte dos candidatos são eleitos por transferências dos votos obtidas por um partido, poucos são eleitos por votação própria, e o principal adversário de um candidato é outro candidato do mesmo partido.

Outro fator assinalado por Barroso é o sistema partidário brasileiro, o qual é marcado por uma multiplicidade de partidos com pouca consistência ideológica e sem identificação popular. Isso ocasiona o surgimento de *legendas de aluguel* e a realização de coligações que visam se organizar para alcançar a vitória nas urnas, independentemente de convergências de seus princípios e ideologias políticas.

Os eleitores, assim, não sabem exatamente para quem vão os seus votos, podendo eleger candidaturas com visões políticas diametralmente opostas das suas²². Além disso, o debate político é ultrapersonalizado, não se foca em projetos e agendas políticas dos partidos, mas sim no carisma e capacidade de persuasão dos candidatos. Dessa forma, os representantes eleitos não representam de fato os reais interesses e necessidades dos eleitores.

Assim, “a política, nesse modelo, afasta-se do interesse público e vira um negócio privado”²³. Essa realidade se aproxima da “democracia concorrencial” de Schumpeter, em que o processo democrático é a competição pelo poder²⁴. Para se chegar ao poder, os atores do jogo democrático precisam de apoio popular. Para esse autor, o povo é presumidamente irracional na esfera pública e não é capaz compreender a realidade política, tampouco estão aptos a exercer controle das instituições ou intervir na deliberação para as tomadas de decisões dos governos.

Por conseguinte, o papel das massas é apenas transferir o poder aos representantes e aos seus governos. Por isso, os partidos e atores políticos disputam pelo seu apoio numa lógica de mercado: quem convence mais ganha. O povo só recebe as “ofertas” dos candidatos e reage a elas, escolhendo a que melhor os persuade. Como são “irracionais”, os cidadãos são

²² Essa sistemática mudará a partir das eleições de 2020, em razão da aprovação da Emenda Constitucional 97, de 4 de outubro de 2017, veda as coligações partidárias nas eleições proporcionais e estabelece normas sobre acesso dos partidos políticos aos recursos do Fundo Partidário e ao tempo de propaganda gratuito no rádio e na televisão.

²³ BARROSO, Luís Roberto. *Reforma Política no Brasil: os consensos possíveis e o caminho do meio*. Texto-base da tradução para o português de apresentação feita na Faculdade de Direito da Universidade de Harvard, no painel *Political Reforms: Towards a more representative democracy?*, no Brazil Harvard Conference, realizado em 17 de maio de 2015.

²⁴ MARQUES, Danusa. *Democracia e ciências sociais no Brasil (1985-2005)*. 2007. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) – Instituto de Ciência Política – Universidade de Brasília, Brasília.

facilmente manipulados pelos governos mediante os meios de comunicação de massa, que são usados para formar consensos e uma “vontade geral”²⁵.

O modelo de democracia de Schumpeter busca ser descritivo e não normativo. O autor chegou a essas conclusões a partir da análise das principais democracias do Ocidente²⁶. Não por acaso, a crise no sistema representativo assola em alguma medida todos esses países, em que se percebe uma descrença e um ceticismo da população com a classe política, revelados pelas quedas nos números de comparecimento às urnas²⁷.

A recuperação dos mecanismos democráticos depende de uma maior participação dos cidadãos na arena política e do estreitamento dos laços com seus representantes. Essa aproximação permite que os cidadãos contribuam com as decisões políticas, que devem refletir cada vez mais os seus anseios, bem como viabiliza um maior controle social da classe política e, como consequência, uma maior responsividade (*accountability*) da sua atuação.

O voto sozinho não é suficiente para a realização da democracia. Esse ato apenas é incapaz de imprimir a intensidade das convicções dos cidadãos²⁸. Diz o Professor Barroso que “para além desse processo puramente formal, ela [democracia] possui uma dimensão substantiva, que abrange a preservação de valores e direitos fundamentais” e, ainda, uma dimensão “deliberativa, feita de debate público, argumentos e persuasão. A democracia contemporânea, portanto, exige votos, direitos e razões”²⁹.

Nesse sentido, a democracia representativa necessita de reformas para que efetivamente realize sua pretensão de ser o governo do povo. Essa renovação envolve a implementação de meios para um engajamento maior dos cidadãos nos debates políticos e sua participação nos processos de decisões dos governos. Muitas práticas de inclusão da sociedade na arena política passaram a ser empreendidas por diversos grupos sociais no intuito de garantir uma maior legitimidade aos governos, e alguns estudiosos reuniram essas alternativas em modelos teóricos de democracia, sendo o da democracia deliberativa um dos mais abrangentes e importantes.

²⁵ MARQUES, Danusa. *Democracia e ciências sociais no Brasil (1985-2005)*. 2007. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) – Instituto de Ciência Política – Universidade de Brasília, Brasília.

²⁶ *Idem*.

²⁷ MIGUEL, Luis Felipe. Representação Política em 3-D: Elementos para uma teoria ampliada da representação política. In: Revista Brasileira de Ciências Sociais. Vol. 6 nº 51. Fevereiro de 2013.

²⁸ HIRSCHMAN, Albert. De Consumidor a Cidadão: Atividades Privadas e Participação na Vida Pública. São Paulo: Editora Brasiliense, 1983. p. 113.

²⁹ BARROSO, Luís Roberto. A razão sem voto: o Supremo Tribunal Federal e o governo da minoria. In: Revista Brasileira de Políticas Públicas. Brasília, vol. 5, número especial 2015, PP. 23-50.

1.2.2 A democracia deliberativa como alternativa

A legitimação do poder dos governantes pode ser efetivada por diversos procedimentos. Num Estado que se pretende democrático, a legitimação é promovida com a condução da coisa pública com base na vontade popular. No entanto, esse estado não é alcançado apenas com a delegação do poder por meio do voto, pois isso pode permitir que os governos atuem em nome de interesses específicos, como visto acima. O efetivo exercício do poder público pelos governantes eleitos deve ser guiado pelos anseios da população. Por isso, a democracia representativa deve ter mecanismos para que os cidadãos possam construir essas demandas e apresentá-las aos governantes, bem como controlar a atuação dos governos.

Assim, a democracia deliberativa surge como principal alternativa para renovar e fortalecer o sistema representativo³⁰. Um de seus principais expoentes é Jürgen Habermas, que propõe a premissa de que o processo de legitimação do poder deve passar por uma esfera pública que tenha a capacidade de fomentar opiniões públicas consideradas³¹. Ao contrário da democracia representativa liberal, a vontade popular não é uma agregação de preferências individuais fixas, mas sim o resultado de um processo de comunicação em espaços públicos no qual são construídas suas reivindicações. Diz Habermas:

*The deliberative model is interested more in the epistemic function of discourse and negotiation than in rational choice or political ethos. Here, the cooperative search of deliberating citizens for solutions to political problems takes the place of the preference aggregation of private citizens or the collective self-determination of an ethically integrated nation*³².

A “esfera pública” de Habermas é um espaço não institucionalizado de interação entre os indivíduos, em que são debatidas decisões tomadas pela classe política, bem como apresentadas demandas em relação ao Estado. Nesse debate, todos os indivíduos são considerados racionais e todas as perspectivas e argumentos são igualmente considerados.

³⁰ MARQUES, Danusa. *Democracia e ciências sociais no Brasil (1985-2005)*. 2007. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) – Instituto de Ciência Política – Universidade de Brasília, Brasília.

³¹ HABERMAS, Jürgen. *Political communication in media Society: does democracy still enjoy an epistemic dimension? The impact of normative theory on empirical research*. In: *Communication Theory*. Vol. 16, 2006. pp. 411–426

³² Tradução livre: O modelo deliberativo está mais interessado na função epistêmica do discurso e da negociação do que na escolha racional ou no *ethos* político. Aqui, a busca cooperativa de cidadãos deliberantes para soluções de problemas políticos toma o lugar da agregação preferencial de cidadãos privados ou da autodeterminação coletiva de uma nação eticamente integrada. HABERMAS, Jürgen. *Political communication in media Society: does democracy still enjoy an epistemic dimension? The impact of normative theory on empirical research*. In: *Communication Theory*. Vol. 16, 2006. pp. 411–426.

Fala-se num “debate ideal”, em que todos os indivíduos buscam entender as perspectivas dos outros e dar a elas um peso igual à sua³³. Em suas palavras:

A esfera pública pode ser descrita como uma rede adequada para a comunicação de conteúdos, tomadas de posição e opiniões; nela os fluxos comunicacionais são filtrados e sintetizados, a ponto de se condensarem em opiniões enfeixadas em temas específicos. [...] A esfera pública constitui principalmente uma estrutura comunicacional do agir orientado pelo entendimento, a qual tem a ver com o espaço social gerado no agir comunicativo, não com as funções nem os conteúdos da comunicação cotidiana³⁴.

Habermas entende que na esfera pública, os falantes compartilham um sistema de significados e valores sociais, morais e políticos, com base nos quais chegam à vontade popular. Por meio da deliberação, cada indivíduo oferece as suas visões e, em confronto com os demais posicionamentos, constroem entendimentos compartilhados racionalmente motivado, num processo comunicativo multidialógico. Ele ensina:

As an essential element of the democratic process, deliberation is expected to fulfill three functions: to mobilize and pool relevant issues and required information, and to specify interpretations; to process such contributions discursively by means of proper arguments for and against; and to generate rationally motivated yes and no attitudes that are expected to determine the outcome of procedurally correct decisions³⁵.

Nesse contexto é exercida a chamada ação comunicativa, a linguagem racional usada a serviço do entendimento e da construção coletiva de consensos e significados, promovendo a autonomia, a racionalidade e a liberdade do cidadão³⁶. Por meio dela, os cidadãos desenvolvem uma consciência das relações sociais e políticas, podendo também contribuir para o desenvolvimento de seus pares.

Assim, o poder do povo emerge da deliberação pública. E a *raison d'être* do Estado é garantir a liberdade da formação de opiniões e vontades em meios inclusivos em que cidadãos iguais alcançam um entendimento que sustenta os projetos políticos e as normas, no igual

³³ CALHOUN, C. J. *Habermas and the public sphere*. Cambridge, Mass.: MIT Press, 1992. p.54

³⁴ HABERMAS, Jürgen. *Direito e democracia: entre faticidade e validade*. Vol. II. Trad. Fabio Beno Siebneichler. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997. p. 92.

³⁵ Tradução livre: Como um elemento essencial do processo democrático, espera-se que a deliberação cumpra três funções: mobilizar e agrupar questões relevantes e informações necessárias, e especificar interpretações; processar tais contribuições discursivamente por meio de argumentos próprios pró e contra; e gerar atitudes de sim ou não racionalmente motivadas que devem determinar o resultado de decisões processualmente corretas. HABERMAS, Jürgen. *Political communication in media Society: does democracy still enjoy an epistemic dimension? The impact of normative theory on empirical research*. In: *Communication Theory*. Vol. 16, 2006. pp. 411–426

³⁶ HABERMAS, Jürgen. *The theory of communicative action vol. 1: Reason and the rationalization of society*. Boston: Beacon Press, 1984. p. 274

interesse de todos³⁷. Em outras palavras, a legitimidade das instituições e regras emerge do poder dos cidadãos produzido comunicativamente na prática da autorregulação³⁸.

A ideia da democracia deliberativa é a de que os debates no espaço público que formam a opinião dos cidadãos se reflitam nas instituições do poder público. Para isso, as instituições representativas devem abrir espaço para receber os *inputs* de seus representados e para efetivar o controle social das ações políticas.

Aqui no Brasil, a Constituição de 1988 introduziu alguns instrumentos que incrementaram a participação de atores sociais nas instituições políticas. No seu art. 14, III, preconiza que “a soberania popular será exercida pelo sufrágio universal e pelo voto direto e secreto, com valor igual para todos, e, nos termos da lei, mediante iniciativa popular”. Também inovou com a possibilidade de iniciativa popular de projetos de leis federais, estaduais e municipais. Ainda assim, esses mecanismos são drasticamente impopulares. Em 30 anos, o Congresso Nacional aprovou apenas quatro projetos de iniciativa popular, e nenhum deles foi tratado formalmente como tal, em razão da ausência de estrutura para conferir assinaturas³⁹.

Ainda há um longo caminho no aprimoramento das instituições representativas. O enfrentamento da crise deve ser feito com uma maior aproximação e identificação entre representantes e representados, com mecanismos que aperfeiçoem a transparência e *accountability*, e com uma cidadania mais consciente e participativa⁴⁰. Assim, o problema da democracia só é resolvido com mais democracia⁴¹, ou seja, com mais liberdade de expressão e mais informação para que mais pessoas se incluam nos debates políticos, tornando-se também atores políticos do Estado Democrático de Direito, de modo a realizar, enfim, um projeto coletivo de autogoverno.

1.2.3 A internet como a nova “esfera pública” global

³⁷ HABERMAS, Jürgen. *Three normative models of democracy*. In: *Constellations*. Volume 1, nº 1, 1994.

³⁸ *Idem*.

³⁹ Em quase 30 anos, congresso aprovou 4 projetos de iniciativa popular. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/em-quase-30-anos-congresso-aprovou-4-projetos-de-iniciativa-popular.ghtml>>. Acesso em 25.10.2018.

⁴⁰ BARROSO, Luís Roberto. *Reforma Política no Brasil: os consensos possíveis e o caminho do meio*. Texto-base da tradução para o português de apresentação feita na Faculdade de Direito da Universidade de Harvard, no painel *Political Reforms: Towards a more representative democracy?*, no Brazil Harvard Conference, realizado em 17 de maio de 2015.

⁴¹ NETO, Tarcísio Vieira de Carvalho. *Democracia Digital*. In: *Reforma Política: Homenagem ao Ministro Celso de Mello* (Org. Erick Wilson Pereira). Brasília: Conselho Federal OAB, 2017.

Como visto, as novas redes revolucionaram a comunicação social contemporânea, uma vez que transformaram os modos de produzir e disseminar informações, assim como criaram novas formas de interação social, que são mais rápidas, mais fáceis e com alcance em nível global. Logo, os novos canais de comunicação se tornaram amplos espaços de debates públicos e uma das mais importantes fontes de informações políticas, atributos que são caros ao exercício da democracia.

O principal ganho foi para a liberdade de expressão. A internet robusteceu e popularizou esse direito, pois enfraqueceu os embaraços para que toda e qualquer pessoa se manifeste, busque informações por si própria e se engaje em debates a respeito da condução da coisa pública. Toda pessoa com conexão às redes tem uma voz. E, como ensina a Professora Aline Osório, a liberdade de expressão é inegociável ao Estado Democrático de Direito: é ela que efetivamente realiza a autodeterminação coletiva⁴². Em suas palavras:

(...) em um regime democrático, é imprescindível garantir plena liberdade para que todos os grupos e indivíduos possam expor e ter acesso a opiniões e pontos de vista sobre temas de interesse público e, assim, permitir a formação da vontade coletiva e a tomada das decisões políticas. A democracia não pode prescindir da liberdade de expressão: há uma relação “estreita” e “indissolúvel” entre ambas. Em última instância, o livre fluxo de ideias é compreendido como um meio para se garantir a igualdade política entre os cidadãos e a possibilidade de definirem os rumos da coletividade, na medida em que tal fluxo viabiliza o amplo debate sobre os assuntos públicos, o controle e a fiscalização do poder⁴³.

Fica claro que não há democracia sem liberdade comunicativa, sem crítica e oposição aos governos e, portanto, sem a vontade coletiva. E as redes de comunicação digitais, por sua amplitude, abertura e interconexão, empreendem o “livre fluxo de ideias” e concretizam a “plena liberdade” aos indivíduos e grupos sociais, como nunca antes feito pelas outras mídias de comunicação de massa.

Sobre a posição fundamental da liberdade de expressão num governo democrático, oportuniza-se reproduzir os ensinamentos de Robert Dahl, o qual tem extensa obra dedicada aos estudos da democracia. Diz o autor:

(..) a caracterização de uma sociedade verdadeiramente democrática não exige apenas eleições livres, justas e frequentes, cidadania inclusiva e autonomia para as associações, como os partidos políticos, mas também, e sobretudo, respeito à liberdade de expressão e de fontes de informação

⁴² OSÓRIO, Aline. *Direito eleitoral e liberdade de expressão*. Belo Horizonte: Fórum, 2017. p. 57.

⁴³ *Idem*, pp. 57-58.

diversificadas. Do contrário, amesquinha-se o livre mercado de ideias dentro de uma determinada comunidade política⁴⁴.

Nesse sentido, argumenta-se que a internet confere substância à noção habermasiana de “esfera pública” como uma rede de comunicação, de informações e pontos de vista em que os cidadãos de uma coletividade podem expressar suas opiniões e deliberar no intuito de formular algum tipo de visão comum ou vontade⁴⁵. Apesar das críticas a essa associação, inclusive do próprio Habermas, as quais serão consideradas adiante, de fato o ambiente digital aperfeiçoa em grande medida a antiga mídia no acesso à informação e nos novos espaços de debates, permitindo a construção conjunta de opiniões, consensos e encaminhamentos para o aparelho estatal.

Assim, em certa medida, a sociedade se apropriou dos assuntos públicos por meio das redes⁴⁶, que se tornaram rotas-chaves de baixo custo para a contribuição democrática na formulação de políticas⁴⁷. Os governos passaram a fazer consultas *on-line* à população acerca de temas em discussão nos parlamentos, a exemplo do portal e-Cidadania⁴⁸ do Senado Federal, em que é possível opinar nos projetos de leis, propor “ideias legislativas” e participar de eventos interativos sobre determinadas políticas, projetos e sabatinas que acontecem no Senado.

Sem falar que os órgãos dos poderes do Estado estão aparelhados de *websites* interativos, em que é possível acessar informações específicas sobre os trabalhos, projetos e políticas que estão sendo desenvolvidos em tempo real, bem como fazer comentários e críticas e oferecer sugestões. Esse canal direto e imediato entre representantes e representados, que antes era muito reduzido, confere maior transparência do poder público e maior possibilidade de controle social, além de efetivar o ideal da igualdade política: todas as contribuições são igualmente consideradas.

Essas práticas tendem a aumentar a responsabilidade dos governos de, ao menos, dar algum tipo de retorno ou satisfação às demandas dos representados. As políticas governamentais e leis não podem seguir em sentido contrário às pretensões da população, ao menos em teoria. As ações políticas devem ter razão no apoio público, que é conquistado por

⁴⁴ DAHL, Robert. *Sobre a democracia*. Brasília: Editora UnB, 2001. p. 99.

⁴⁵ PAPACHARISSI, Zizi. *The virtual sphere: The internet as a public sphere*. In: Sage Journals, Volume 4, nº 1, pp. 9-27. February 1, 2002.

⁴⁶ LILLEKER, D.; THIERRY, V. *The Internet in Campaigns and Elections*. In: *The Oxford Handbook of Internet Studies*. Nova York: Oxford University Press, 2013. pp. 401-420.

⁴⁷ *Idem*.

⁴⁸ Disponível em <<https://www12.senado.leg.br/ecidadania/principalaudiencia>>. Acesso em 25.10.2018.

meio de debates, baseados em informações qualificadas, sustentando uma maior vitalidade à democracia representativa⁴⁹.

Além disso, as redes digitais são o novo espaço para a coordenação organizacional de indivíduos. Se, por um lado, a internet reduziu os custos de entrada para partidos novos e menores⁵⁰, por outro lado permitiu a formação de novas associações de articulação de interesses dos cidadãos e de grupos de pressão, menos burocráticos, mais abertos e mais baratos do que os partidos políticos⁵¹.

Os principais fatores que justificam o potencial democratizador da internet são aqui categorizados em quatro grupos, que serão analisados a seguir de forma específica: informação, participação em debates, associação e mobilização.

Informação

Em primeiro lugar, o processo de obtenção de informação política foi revolucionado pelo uso generalizado da internet. As redes são a segunda fonte mais utilizada pelos brasileiros para se informar, perdendo apenas para a televisão, que continua sendo o meio de comunicação de massa mais difundido no país, segundo pesquisa do Ibope divulgada em 2017⁵². Esses dados revelam uma mudança fundamental no comportamento de busca por conhecimento político.

Para o agir democrático, os cidadãos precisam de informações mais completas o possível para compreender o contexto político e contribuir para as deliberações e decisões da esfera pública. As TICs disponibilizam aos cidadãos uma gama infindável de informações, e sua estrutura global e descentralizada propicia a difusão de conteúdos completos para um maior esclarecimento dos participantes da democracia.

Uma diferença importante entre as redes digitais e as mídias de massa, como a televisão, é que os diversos tipos de informações são difundidos e espalhados por inúmeras fontes, de especialistas a interessados e opinantes, em vez de serem transmitidas por uma mídia central para todos. A pluralidade de fontes sempre é vantajosa, pois os cidadãos ficam expostos a diferentes visões políticas e formas de abordar um mesmo evento, e não uma única forma de percebê-lo. Assim, indivíduos podem ativamente buscar as informações que

⁴⁹ LILLEKER, D.; THIERRY, V. *The Internet in Campaigns and Elections*. In: *The Oxford Handbook of Internet Studies*. Nova York: Oxford University Press, 2013. pp. 401-420.

⁵⁰ *Idem*.

⁵¹ *Idem*.

⁵² TV é o meio preferido por 63% dos brasileiros para se informar, e internet por 26%, diz pesquisa. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/tv-e-o-meio-preferido-por-63-dos-brasileiros-para-se-informar-e-internet-por-26-diz-pesquisa.ghtml>>. Acesso em 25.10.2018

desejam, comparar fontes e procurar por visões alternativas, apurando o seu entendimento da coisa pública⁵³.

As informações oficiais também são mais detalhadas e precisas. Enquanto as mídias tradicionais propagam notícias gerais, resumidas e limitadas, com a internet o cidadão tem acesso a dados esmiuçados, relatórios completos de deliberações, projetos de leis em sua integralidade, planos orçamentários, processos judiciais e muito mais. Em vez da síntese de um discurso proferido por candidato a um cargo público, por exemplo, cidadãos têm acesso ao texto inteiro, assim como todas as propostas e planos de governo, favorecendo decisões democráticas mais conscientes.

Ao mesmo tempo, a mudança na quantidade também significa uma perda de qualidade. Os indivíduos são o tempo todo bombardeados por informações de todos os lados na *web*, especialmente nas redes sociais. Isso resulta em dificuldades para achar as informações desejadas e em multiplicação de conteúdos superficiais e sem valor político. Dificilmente se alcança alguma profundidade de discurso em 280 caracteres⁵⁴. Além disso, com tantos compartilhamentos e tantas fontes de notícias, torna-se difícil inclusive aferir a veracidade das informações recebidas, pois isso acaba gerando um declínio da hegemonia das fontes confiáveis.

De toda forma, as transformações na produção e compartilhamento de informações significaram relevantes ganhos para a vida democrática de um país. Embora se saiba que não existe informação neutra e isenta de influências e interesses externos, a pluralidade de fontes e de visões ajudam a construir um entendimento mais crítico da realidade, para decisões políticas mais lúcidas e responsáveis.

Participação em debates públicos

Em segundo lugar, a internet abre novos canais para a participação em atividades comunicativas, antigamente restritas à mídia de *broadcast* e às instituições formais do governo. A cultura da deliberação em espaços digitais públicos começou com fóruns de internet, mas se desenvolveu e se consolidou com as redes sociais, que viraram a arena decisiva do jogo político contemporâneo.

⁵³ LILLEKER, D.; THIERRY, V. *The Internet in Campaigns and Elections*. In: *The Oxford Handbook of Internet Studies*. Nova York: Oxford University Press, 2013. pp. 401-420.

⁵⁴ O *Twitter*, uma das redes sociais mais relevantes do mundo, é uma espécie de microblog que só permite manifestações de até 280 caracteres.

Como dito, nessa multiplicidade de espaços de deliberação abertos, são praticados o agir comunicativo habermasiano, um processo dialógico racional que visa à construção coletiva de conhecimento. Portanto, nas plataformas *on-line*, no mínimo, aumentam-se as chances de criação de vontades coletivas, projetos compartilhados, e consensos.

No entanto, para além de Habermas, não é só “consenso” e “apaziguamento” que se busca nas redes, mas também a convivência de uma pluralidade de grupos que buscam reivindicar espaço político e direitos específicos à sua singularidade. Por isso, a internet também é associada a um renascimento do pluralismo político, modelo democrático que enfatiza a coexistência de muitos grupos de interesse como o bloco de construção da sociedade⁵⁵.

Apesar disso, ainda há um caminho longo para aprimorar e democratizar a deliberação política nas redes. Esses espaços ainda são muito elitizados, refletindo as desigualdades sociais do mundo *off-line*. Pesquisas demonstram que mais de um terço (39%) de domicílios no Brasil ainda não têm conexão à internet, sendo que em domicílios das classes D e E o índice chega a 70%⁵⁶. Ademais, aqueles que participam de debates políticos têm padrão de educação, *status* social e renda maiores do que a média de internautas⁵⁷.

Ainda assim, a tendência parece ser de diminuição dessas disparidades, e maior engajamento em geral, principalmente em discussões nas redes sociais. Pessoas com renda e educação formal menores também estão cada vez mais dando *likes*, comentando e compartilhando conteúdos políticos. Portanto, a internet está gradualmente promovendo a inclusão dos grupos sociais no debate político, desenvolvendo o processo de formação da vontade coletiva e aproximando a comunidade a um autogoverno. Não por acaso, o Professor Tarcísio Vieira afirma que “a ‘inclusão social’ não pode abdicar da ‘inclusão digital’”⁵⁸.

Associação

Ao se falar das novas formas de associação de pessoas é impossível não falar do pluralismo político. Nesse ponto, é útil reproduzir as lições de Helen Margets, professora de Sociedade e Internet do *Internet Institute* da *University of Oxford*:

⁵⁵ MARGETS, Helen. *The Internet and Democracy*. In: *The Oxford Handbook of Internet Studies*. Nova York: Oxford University Press, 2013. pp. 421-440.

⁵⁶ Mais de um terço dos domicílios brasileiros não tem acesso à internet. Disponível em: <<https://epocanegocios.globo.com/Brasil/noticia/2018/07/mais-de-um-terco-dos-domicilios-brasileiros-nao-tem-acesso-internet.html>>. Acesso em 25.10.2018.

⁵⁷ LILLEKER, D.; THIERRY, V. *The Internet in Campaigns and Elections*. In: *The Oxford Handbook of Internet Studies*. Nova York: Oxford University Press, 2013. pp. 401-420.

⁵⁸ NETO, Tarcísio Vieira de Carvalho. *Democracia Digital*. In: *Reforma Política: Homenagem ao Ministro Celso de Mello* (Org. Erick Wilson Pereira). Brasília: Conselho Federal OAB, 2017.

Pluralism, a model of democracy stressing the “many” as opposed to the “few” and based on interest groups as the building block of society, has also been associated with the matching people with similar beliefs and preferences, lowering coordination and organization costs, and allowing new forms of mass mobilization (such as email campaigns, electronic petitions, and a whole range of “weak-tie” associations) – it is inevitable that it has come to be associated with a revival of pluralist thought⁵⁹.

As comunidades *on-line* são ambientes perfeitos para a união de pessoas em torno dos mesmos interesses. Os espaços sem barreiras permitem que pessoas escapem limitações geográficas e encontrem outros indivíduos que lutam as mesmas lutas. Uma pessoa pertencente a uma minoria social, por exemplo, pode encontrar o espaço e o apoio que não tem em sua cidade nas plataformas digitais, nos fóruns de debates e, especialmente, nas redes sociais. Uma vez que pessoas com lutas, projetos e cabeças parecidas se encontram, elas podem mais facilmente trocar ideias, se organizar politicamente e se engajar em ações políticas no mundo real⁶⁰.

A formação e a articulação de novos grupos auto-organizados, em escala local ou internacional, criam novas forças políticas e sociais, ao lado das organizações políticas tradicionais, como os partidos políticos, os sindicatos e os *lobbies* econômicos. Essas novas organizações desafiam as antigas por serem mais transparentes, mais horizontais e mais aptas a refletirem os reais interesses de seus membros, possuindo maior congruência política e identidade entre seus integrantes.

A liberdade de associação é outro valor inegociável de todo sistema democrático. Por meio dessa faculdade, os cidadãos podem agir no jogo político como grupos de pressão, exigindo que suas demandas sejam atendidas. A Constituição Federal brasileira de 1988 consagra a livre associação como direito fundamental e a protege em seu art. 5º, incisos XVI a XXI⁶¹. Assim, o potencial da internet para promover a capacidade das pessoas de se

⁵⁹ Tradução livre: “O pluralismo, um modelo de democracia que enfatiza os “muitos” em oposição aos “poucos” e se baseia em grupos de interesse como o bloco de construção da sociedade, também tem sido associado à Internet. Dando o claro potencial da Internet para facilitar a formação de grupos - combinando pessoas com crenças e preferências similares, reduzindo os custos de coordenação e organização, e permitindo novas formas de mobilização de massa - é inevitável que venha a ser associado a um renascimento do pensamento pluralista”. MARGETS, Helen. *The Internet and Democracy*. In: *The Oxford Handbook of Internet Studies*. Nova York: Oxford University Press, 2013. pp. 421-440.

⁶⁰ LILLEKER, D.; THIERRY, V. *The Internet in Campaigns and Elections*. In: *The Oxford Handbook of Internet Studies*. Nova York: Oxford University Press, 2013. pp. 401-420.

⁶¹ Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, art. 5º, XVI - todos podem reunir-se pacificamente, sem armas, em locais abertos ao público, independentemente de autorização, desde que não frustrem outra reunião anteriormente convocada para o mesmo local, sendo apenas exigido prévio aviso à autoridade competente;

XVII - é plena a liberdade de associação para fins lícitos, vedada a de caráter paramilitar;

associarem livremente a outras pessoas que compartilham suas visões e interesses, independente de onde estejam localizadas ilustra o aqui defendido poder transformacional da internet para a participação democrática.

Mobilização

O uso das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) proporcionou maior autonomia da sociedade civil e aumentou o envolvimento cívico na arena política, abrindo caminho para a mobilização de pessoas para a organização e promoção de ações na esfera política, como manifestações e levantes populares nos espaços urbanos. Especialmente a partir do início da década de 2010, as redes sociais, principalmente, passaram a ser plataformas de chamada e coordenação de pessoas para agir nos espaços públicos em prol de reivindicações políticas.

O principal evento que demonstrou esse poder das redes foi a chamada Primavera Árabe, nome dado à onda de protestos e revoltas no mundo árabe que irrompeu em 2010. Telefones celulares e redes sociais da internet desempenharam papel importante no que se refere a difundir imagens e mensagens que mobilizaram pessoas, oferecendo uma plataforma de discussão, convocando à ação, coordenando e organizando os protestos e abastecendo a população em geral de informações e debates.

A agitação teve início com as manifestações na Tunísia em dezembro de 2010, quando o compartilhamento massivo nas redes do vídeo da autoimolação de Mohamed Bouazizi provocou a revolta da população contra o governo autoritário de Zine el-Abidine Ben Ali, presidente do país desde 1987. As redes sociais da internet desempenharam papel fundamental tanto na difusão do sentimento de indignação, quanto na convocação e organização dos protestos, abastecendo a população de informações e debates acerca das ações totalitaristas do governo.

Assim, os movimentos passaram do ciberespaço para os espaços urbanos, formando um movimento híbrido, “construído por redes sociais digitais e por uma recém criada comunidade urbana, estava no cerne do movimento, tanto como ferramenta de autorreflexão

XVIII - a criação de associações e, na forma da lei, a de cooperativas independem de autorização, sendo vedada a interferência estatal em seu funcionamento;

XIX - as associações só poderão ser compulsoriamente dissolvidas ou ter suas atividades suspensas por decisão judicial, exigindo-se, no primeiro caso, o trânsito em julgado;

XX - ninguém poderá ser compelido a associar-se ou a permanecer associado;

XXI - as entidades associativas, quando expressamente autorizadas, têm legitimidade para representar seus filiados judicial ou extrajudicialmente;

quanto como afirmação do poder do povo”⁶². A divulgação de imagens e vídeos dos levantes por meio do YouTube e das redes sociais, e em especial da repressão militar sofrida, alcançou o mundo inteiro, provocando mais revolta das populações e apoio de organismos internacionais aos manifestantes.

Esse conjunto de fatores resultou na derrubada de Bem Ali em janeiro de 2011 e na efetiva mudança institucional da Tunísia, que, refletindo o clamor do povo, instaurou uma democracia. A indignação dos movimentos tunisianos rapidamente se espalhou por outros países Árabes, que também sofriam com governos ditatoriais violadores de direitos humanos e de liberdades de expressão. Países como Egito, Líbia, Síria, Iêmem, Barein, entre outros, também tiveram grandes protestos populares exigindo melhores condições de vida, liberdade e dignidade, seguindo o mesmo modelo: “convocações pela internet, constituição de redes no ciberespaço e apelos pela ocupação do espaço urbano para pressionar o governo a renunciar e abrir um processo de democratização”⁶³.

Militantes desses países planejavam as manifestações pelo *Facebook*, organizavam-se pelo *Twitter*, divulgavam por mensagens de texto e transmitiam os eventos ao mundo todo pelo *YouTube* e usavam blogs para propagar amplamente suas opiniões e se envolver em debates⁶⁴. Esse esforço coletivo foi responsável por muitas mudanças institucionais no mundo árabe, incluindo a derrubada de três chefes de Estado (além de Ben Ali, os presidentes Hosni Mubarak, no Egito, e Muammar al-Gadafi, na Líbia), bem como a superação de estruturas autoritárias e uma gradual transição democrática.

Embora alguns Estados tenham tido resultados mais drásticos, como a guerra civil na Síria, é inegável que os levantes trouxeram transformações históricas que mudaram os rumos da política mundial. Nesse contexto, a internet forneceu um espaço livre e seguro de comunicação e coordenação coletiva de ações em ambientes ditatoriais. As redes digitais permitiram o empoderamento de povos oprimidos por anos, que se apropriaram dos meios de comunicação e das ruas para clamar por dignidade e democracia. Como explica Manuel Castells, em importante obra sobre os levantes árabes, “Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet”:

O processo de mobilização que levou a uma mudança política transformou a consciência cívica. É essa a razão pela qual esses movimentos se transformaram em modelos para os movimentos sociais que, inspirados

⁶² CASTELLS, Manuel. *Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet*. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013. p. 78.

⁶³ *Idem*, p. 90.

⁶⁴ *Idem*, p. 45.

neles, iriam surgir na paisagem de um mundo em crise à procura de novas formas de convivência⁶⁵.

Movimentos sociais conectados em rede se espalharam por todo o mundo. No Brasil, as conhecidas “Jornadas de Junho de 2013” foram levantes da população organizados em rede. As mobilizações iniciaram com o “Movimento Passe Livre”, reclamando por serviços públicos básicos, e tiveram como epicentro a cidade de São Paulo. Rapidamente, a intensificação da articulação *on-line* dos manifestantes a viralização de vídeos dos protestos, sobretudo da repressão policial, provocaram uma massificação do movimento em todas as capitais do país. As reivindicações se ampliaram e passaram a abarcar de tudo um pouco, tendo como ponto comum a corrupção no país, passando por um processo de moralização de demandas.

Esses movimentos foram de suma importância para a história atual do país e do mundo. Isso porque as populações se apropriaram do poder da comunicação, da autonomia comunicativa. Manuel Castells explica que o poder “é exercido por meio de coerção (ou a possibilidade de coerção) e/ou pela construção de significado com base em discursos por meio dos quais os atores sociais orientam suas ações”. Para ele, a coerção ou a violência não se sustenta por si só, tendo que vir acompanhada da produção cultural de significados para garantir a dominação de uma coletividade. Essa construção é feita por meio dos processos comunicativos.

As redes digitais, portanto, permitiram que os próprios cidadãos pudessem também produzir os signos, valores e regras que compartilham em sociedade. Em certa medida, o poder de produção de discurso exercido pelo vértice da estrutura estatal passou a ser compartilhado com a base. No entanto, essa tomada do poder ainda é bastante incipiente, pois as redes são construídas em torno de interesses de atores do poder em suas áreas respectivas de influências, incorporando as novas tecnologias para construir significados e moldar mentes⁶⁶.

Apesar disso, ainda sobre esse ponto do trabalho, é útil considerar os ensinamentos de David Beetham, Professor Emérito de Política na *University of Leeds*, no Reino Unido, e expoente de um modelo teórico que busca auditar o nível de desenvolvimento das democracias, a partir de condições sociais e econômicas que conduzem a consolidação e

⁶⁵ CASTELLS, Manuel. Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013. p. 49.

⁶⁶ *Idem*, p. 99.

estabilidade desse regime⁶⁷. Ele sugere que há dois princípios chaves para a definição de democracia: o controle popular e a igualdade política dos cidadãos⁶⁸. Na avaliação das novas sociedades em rede, é possível se verificar o fortalecimento desses dois elementos, pois o engajamento da população com as instituições políticas opera o controle social dos governos mais de perto e sem intermediação, assim como confere o mesmo peso para qualquer tipo de manifestação.

Conclui-se, então, que sim, a internet tem o potencial de aproximar cada vez mais os regimes sociais ao governo do povo. Naturalmente, o pleno trânsito de ideias nunca será alcançado nas sociedades complexas de hoje. Mesmo assim, deve-se reconhecer a revolução produzida pelas novas TICs em relação aos modos de se informar, interagir e participar da vida democrática.

⁶⁷ BEETHAM, David. WEIR, Stuart. *Democratic Audit in Comparative Perspective*. In: *Demokratiemessung*. Springer Fachmedien, Wiesbaden, 2000.

⁶⁸ MARGETS, Helen. *The Internet and Democracy*. In: *The Oxford Handbook of Internet Studies*. Nova York: Oxford University Press, 2013. pp. 421-440.

*“Eu tô preso na rede
Que nem peixe pescado
É zap-zap, é like
É Instagram, é tudo muito bem bolado
O pensamento é nuvem
O movimento é drone”
Gilberto Gil – Pela Internet 2 (2018)*

2 NOVOS DESAFIOS À DEMOCRACIA

A internet foi amplamente anunciada como um instrumento altamente democratizador do poder da comunicação, e, em certa medida, ela efetivamente o é. Como visto, ela de fato oferece um ambiente aberto para a livre expressão e uma gama irrestrita de informações, aqui destacadas as informações políticas, que embasam as ações democráticas. A *web* também permite maior penetração da sociedade civil nos debates sobre a condução da coisa pública. Diz-se que as novas redes “desintermediaram”⁶⁹ as mídias, ou seja, possibilitaram que qualquer um transmitisse e recebesse informações sem a interferência do “homem do meio”, mais transparentes e mais próximas à realidade.

Esse ideal, no entanto, dificilmente é atingido. Embora as novas redes de autocomunicação de massa aumentem a autonomia e a liberdade dos atores comunicantes, não necessariamente a mídia é autônoma. Mesmo os espaços abertos e livres da internet são mediados e controlados por poderes econômicos e políticos. Sua “infraestrutura também pertence a corporações privadas e públicas”⁷⁰ e seus espaços sociais e *sites* mais populares já são um segmento dos negócios multimídia. Essencial, aqui, a reprodução de passagem da obra “O Poder da Comunicação” de Manuel Castells:

No entanto, esse potencial para a autonomia é moldado, controlado e restrito pela crescente concentração e interconexão dos operadores de rede e corporações de mídia ao redor do mundo. As redes empresariais globais de multimídia (inclusive a mídia governamental) se aproveitam da maré de desregulamentação e liberalização para integrar as redes, as plataformas e os canais de comunicação em suas organizações de várias camadas, ao mesmo tempo que estabeleceram chaves de conexão com as redes do capital, da política e da produção cultural⁷¹.

⁶⁹ PARISER, Eli. *The Filter Bubble. How the new personalized web is changing what we read and how we think*. New York: The Penguin Press, 2011, p. 60.

⁷⁰ CASTELLS, Manuel. *O Poder da Comunicação*. 2ª Edição. Trad. de Vera Lúcia Mello Joscelyne; Rev. de Isabela Machado de Oliveira Fraga. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2017. p. 120

⁷¹ *Idem*, p. 189

Portanto, a autonomia e a liberdade anunciadas como grandes ganhos para a democracia só se realizam até o ponto que as estruturas permitem. Qualquer pessoa pode falar o que quiser na internet, mas isso não significa que todas as vozes são ouvidas. Os arranjos das redes têm o poder de escolha sobre o que ganhará força na *web* e o que não ganhará, podendo sufocar vozes e fechá-las em bolhas. Os *gatekeepers* da internet, apesar de serem mais flexíveis do que nas mídias tradicionais, ainda têm o importante poder de definir o que é amplamente difundido e o que não é, de acordo com os seus interesses econômicos, culturais e políticos.

Assim, Tim Wu⁷², em importante obra sobre o controle da internet, afirma que “a ascensão das redes não eliminou intermediários, mas sim mudou quem eles são”⁷³. Ele identifica esses novos intermediários como, principalmente, os provedores de serviços na internet, os buscadores, os *browsers*, as redes físicas de internet e os intermediários financeiros. Esses mediadores são os meios realizadores da comunicação, sem os quais seria impossível efetivar conexões entre pontos diferentes.

Castells chama esses intermediadores de “nós dominantes”, que são as megacorporações que compõem a “espinha dorsal da rede global de redes midiáticas”⁷⁴. Naturalmente, os “donos” da internet operam as redes de acordo com uma lógica comercial, buscando explorar as oportunidades de negócios e os novos mercados, à medida que novos produtos midiáticos surgem e são distribuídos e consumidos. As principais mercadorias nesse mundo novo são os meios de comunicação, as informações que neles fluem, e os próprios atores da comunicação.

Com infinitos produtos de mídias, informações e estímulos, e, principalmente, com a integração desses produtos às redes sociais, onde as pessoas se informam, se relacionam, se engajam, compram, jogam, e, enfim, vivem, os intermediadores passam a competir em busca de cliques. O principal objetivo dos produtores de mídias passou a ser atrair a atenção dos usuários, para que eles fiquem mais tempo na internet, navegando em suas redes, clicando em seus anúncios e consumindo os seus produtos.

⁷² Tim Wu é professor de Direito, Ciência e Tecnologia da *Columbia Law School*, em Nova York, e um dos principais nomes dos estudos sobre a neutralidade da rede.

⁷³ WU, Timothy. *Who Controls the Internet?: Illusions of a Borderless World*. Oxford University Press: Nova York, 2006. p. 70. No original: “the rise of networking did not eliminate intermediaries, but rather changed who they are”.

⁷⁴ CASTELLS, Manuel. *O Poder da Comunicação*. 2ª Edição. Trad. de Vera Lúcia Mello Joscelyne; Rev. de Isabela Machado de Oliveira Fraga. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2017. p. 120

Esse fenômeno inaugurou um novo modelo econômico chamado “economia da atenção”⁷⁵. Os novos e complexos arranjos comunicacionais estreados pela internet têm como centro o processo de conquista e manutenção da atenção do usuário. Se após as revoluções industriais o elemento chave era o tempo, na era digital, devido à infinitude de informações e conteúdos e à rapidez com que circulam, esse elemento é a atenção. Assim, na sociedade em rede, não ganha mais quem dá mais, mas sim quem engaja mais. Não adianta produzir muito conteúdo se ele não atrai a atenção do público.

Isso faz com que as plataformas da *web* se esforcem cada vez mais em criar mecanismos para agarrar essa atenção. Nesse contexto, a captação e tratamento dos dados dos internautas surge como rota chave para saber o que os atrairá. Por meio dos dados dos usuários é possível saber exatamente o que eles fazem na internet, do que eles gostam, o que eles consomem, quais são seus hábitos *on-line* e *off-line*, e tantas outras coisas mais. O tratamento e a análise desses dados tornam possível prever os comportamentos dos indivíduos e assim desenvolver conteúdos e anúncios que eles vão clicar. Por essa razão, os dados são o principal insumo do modelo econômico atual, de forma que a nossa sociedade atual é caracterizada como uma “*data-driven society*”⁷⁶.

Dados são extraídos de todas as atividades *on-line* das pessoas. Cada clique, cada curtida, cada compartilhamento, cada pesquisa, cada vídeo que é assistido, cada notícia que é lida, cada *app* que é usado geram uma quantidade imensurável de dados que alimentam bancos de dados gigantes conhecidos como *Big Data*. Essa expressão se tornou comum nos dias atuais e muitas são as suas definições, toma-se aqui a de James R. Kalyvas, em seu livro “*Big Data: A Business and Legal Guide*”:

*Big Data is a process to deliver decision-making insights. The process uses people and technology to quickly analyze large amounts of data of different types (traditional table structured data, and social media interactions) from a variety of sources to produce a stream of actionable knowledge*⁷⁷.

⁷⁵ MARTINUZZO, José Antônio. *Os públicos justificam os meios: Mídias customizadas e comunicação organizacional na economia da atenção*. São Paulo: Summus, 2014.

⁷⁶ LOHR, Steve. The Promise and Peril of the ‘Data-Driven Society’. Disponível em: <<https://bits.blogs.nytimes.com/2013/02/25/the-promise-and-peril-of-the-data-driven-society/>>. Acesso em 05/11/2018.

⁷⁷ KALYVAS, James R.; OVERLY, Michael R. *Big Data: A Business and Legal Guide*. Boca Raton: CRC Press, 2015. p. 1. Tradução livre: O Big Data é um processo de entrega de *insights* do processo de tomada de decisões. Pessoas e tecnologias são usadas para analisar rapidamente grandes quantidades de dados de diferentes tipos (dados estruturados de tabelas tradicionais e interações de mídias sociais) de uma variedade de fontes para produzir um fluxo de conhecimento acionável.

As principais características distintivas do *Big Data* são os “3 Vs”: volume, velocidade e variedade. O volume é a quantidade inestimável de dados que o alimentam, que cresce exponencialmente a cada vez que uma pessoa pega em seu *smartphone*, gerando uma pegada digital. A velocidade é a rapidez do processamento, que é quase simultânea à sua geração, e do ritmo de mudança dos dados, que ocorre em fragmento de segundo difícil de se nomear. Já a variedade são as infinitas fontes de dados e tipos de dados. Esses atributos destacam o *Big Data* dos processos tradicionais de captura, armazenamento, tratamento e análise de dados.

O *Big Data* fundamenta algoritmos de distribuição de conteúdos aos internautas de acordo com os seus interesses, gostos, cultura, extrato social, visões políticas e econômicas, e tantos outros segmentos. Os dados vão abastecendo esses algoritmos, que, por meio do chamado *machine learning*, ou seja, a capacidade de uma máquina de aprender com a experiência e modificar seu processamento com base em informações recém-adquiridas⁷⁸, aprimoram cada vez mais o seu conhecimento sobre comportamentos e personalidades humanas, podendo inclusive prever onde uma pessoa estará no futuro e o que ela estará fazendo. Evidencia isso estudo da Universidade de Cambridge que revelou que apenas com base em uma pequena amostra de interações de uma pessoa nas redes sociais é possível conhecê-la melhor do que ela mesma⁷⁹.

Assim, a “economia da atenção” é guiada pela máxima “dê ao público o que eles querem”. Esse microdirecionamento de conteúdos acaba forjando um ambiente virtual de concordância, em que tudo se encaixa aos gostos das pessoas, e estas vão se afundando cada vez mais naquilo que fazem, consomem e gostam, cada uma em seu particular admirável mundo novo⁸⁰. São essas as bolhas digitais, ou “*filter bubbles*”, termo cunhado por Eli Pariser⁸¹, criadas por esses filtros de informações, os algoritmos, que classificam os sujeitos e distribuem a eles apenas informações que combinam com o seu perfil, além de induzi-los a conviver em espaços públicos *on-line* com pessoas com mesmas visões e mesmos estilos de vida.

É claro que há vantagens para o consumidor em receber conteúdos que lhe interessam e em compartilhar os mesmos pontos de vista em suas comunidades virtuais. No mundo *off-*

⁷⁸ GHARAMANI, Z. *Probabilistic machine learning and artificial intelligence*. In: Nature. Vol. 521, pp. 452/459, Maio de 2015.

⁷⁹ Disponível em: <<https://applymagicsauce.com/about-us>>. Acesso em 05.11.2018.

⁸⁰ O romance distópico de Aldous Huxley, Admirável Mundo Novo (1932), retrata uma sociedade futurística em que o aparelho estatal submete a sociedade a processos de pré-condicionamentos biológicos e psicológicos para que estejam sempre felizes e se divertindo, em paz e harmonia, com o objetivo de manter a ordem e eliminar qualquer tipo de individualidade e consciência crítica sobre a realidade.

⁸¹ PARISER, Eli. *The Filter Bubble. How the new personalized web is changing what we read and how we think*. New York: The Penguin Press, 2011.

line, indivíduos em geral tendem a conviver com pessoas parecidas, e não há ninguém melhor do que elas para compartilhar informações que realmente toquem suas esferas de individualidade. As curadorias algorítmicas e amadoras de conteúdos⁸² fomentam inclusive um sentimento de pertencimento e de “cliente VIP” nas pessoas.

O problema está no que é deixado de fora. Os meios de comunicação são os principais instrumentos por meio dos quais se conhece a realidade. O ser humano desvenda o outro e com ele estabelece vínculos por meio da linguagem⁸³. Por isso, as mídias comunicativas promovem a base para a experiência coletiva, criam a coesão social. E o corpo social é plural e divergente, abriga uma multiplicidade de práticas, culturas e pontos de vista políticos, religiosos, econômicos. Quando não há visões diferentes, há perda para a vida em sociedade e para a democracia. Quando os assuntos que importam para a vida social não são clicados e, portanto, não são distribuídos, as pessoas têm suas percepções de mundo limitadas.

A fragmentação em bolhas também fragmenta a comunicação, gerando ambientes herméticos e hiperpolarizados, que não estão interessados em interagir com as outras bolhas. Habermas alerta para a gravidade desse problema na esfera pública, a qual é baseada no agir comunicativo e na construção dialógica de significados, afirmando que suas estruturas estão em processo acelerado de deterioração com a internet⁸⁴. Esses núcleos fechados de comunicação acabam se tornando câmaras de eco, em que todos falam a mesma coisa, ocorrendo o fenômeno chamado “*preaching to the converted*”⁸⁵, ou seja, pregação aos

⁸² PARISER, Eli. *The Filter Bubble. How the new personalized web is changing what we read and how we think*. New York: The Penguin Press, 2011. p. 66.

⁸³ LOGAN, Robert K. *Que é informação?: a propagação da informação na biosfera, na simbologesfera, na tecnosfera e na econosfera*. Rio de Janeiro: Contraponto: PUC – Rio, 2012. P. 23., p. 250.

⁸⁴ Habermas, em entrevista para o portal El País em maio de 2018, afirma que: “No entanto, esta [esfera pública liberal] vive de certos pressupostos culturais e sociais inverossímeis, principalmente da existência de um jornalismo desperto, com meios de referência e uma imprensa de massa capaz de despertar o interesse da grande maioria da população para temas relevantes na formação da opinião pública. E também da existência de uma população leitora que se interessa por política e tem um bom nível educacional, acostumada ao processo conflitivo de formação de opinião, que reserva um tempo para ler a imprensa independente de qualidade. Hoje em dia, essa infraestrutura não está mais intacta. Talvez, que eu saiba, se mantenha em países como Espanha, França e Alemanha. Mas também neles o efeito fragmentador da Internet deslocou o papel dos meios de comunicação tradicionais, pelo menos entre as novas gerações. Antes que entrassem em jogo essas tendências centrífugas e atomizadoras das novas mídias, a desintegração da esfera populacional já tinha começado com a mercantilização da atenção pública. Os Estados Unidos com o domínio exclusivo da televisão privada é um exemplo chocante disso. Hoje os novos meios de comunicação praticam uma modalidade muito mais insidiosa de mercantilização. Nela, o objetivo não é diretamente a atenção dos consumidores, mas a exploração econômica do perfil privado dos usuários. Roubam-se os dados dos clientes sem seu conhecimento para poder manipulá-los melhor, às vezes até com fins políticos perversos, como acabamos de saber pelo escândalo do Facebook”. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2018/04/25/eps/1524679056_056165.html>. Acesso em 05.11.2018.

⁸⁵ LILLEKER, D.; THIERRY, V. *The Internet in Campaigns and Elections*. In: *The Oxford Handbook of Internet Studies*. Nova York: Oxford University Press, 2013. pp. 401-420.

convertidos, em que as manifestações de alguém só chegarão a pessoas que já concordam com elas, não havendo contraposição, podendo gerar certa frustração.

Os algoritmos também têm o poder de induzir as pessoas a terem determinados comportamentos e de influenciar as suas escolhas. Além de “dar às pessoas o que elas querem”, eles dizem a elas o que elas vão querer. Muitas escolhas que indivíduos consideram deles mesmos na verdade já foram determinadas por esses mecanismos. Com conhecimento profundo de dados de todas as esferas da personalidade humana, é possível prever a que tipos de gatilhos e *nudges* (um empurrão no processo de tomada de decisão) uma pessoa vai se render.

Yuval Noah Harari, que cunhou o termo “dataísmo”⁸⁶ como o novo paradigma científico, informacional e cultural baseado na economia de dados, em que “o valor de qualquer fenômeno ou entidade é determinado por sua contribuição ao processamento de dados”, concebe um futuro em que os algoritmos não conscientes superarão a inteligência consciente, de forma que a humanidade passará a viver em função dos dados, e não o contrário. E, em certa medida, essa projeção já se concretiza nos dias de hoje.

Isso permite a influência e manipulação de indivíduos também quanto aos seus comportamentos e decisões políticas. As informações que chegam ou não a cada fragmento da esfera digital são controladas pelos algoritmos dos intermediadores da rede, que atuam de acordo com os seus interesses e alianças. A desinformação, o confinamento em bolhas e o microdirecionamento de conteúdos são capazes de gerar comportamentos políticos específicos desejados por segmentos sociais determinados, colocando em risco valores democráticos.

Nesse sentido, esses novos arranjos comunicacionais na internet descortinaram novos desafios ao jogo democrático. Por conseguinte, ao mesmo tempo em que a internet amplifica a liberdade de expressão, ela também pode abafá-la; a enorme gama de informações políticas não é difundida igualmente; a autonomia estreada pelos cidadãos em rede também tem o seu alcance contido; e os debates políticos são refreados ou radicalizados. Nesse contexto, o diálogo e o consenso se tornam mais difíceis.

Esses desafios se revelam ainda mais críticos nos períodos eleitorais. As eleições são o momento dramático da democracia⁸⁷: o momento de escolha dos representantes. O voto é uma

⁸⁶ HARARI, Yuval. *Homo Deus: Uma Breve História do Amanhã*. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 2016.

⁸⁷ CASTELLS, Manuel. *O Poder da Comunicação*. 2ª Edição. Trad. de Vera Lúcia Mello Joscelyne; Rev. de Isabela Machado de Oliveira Fraga. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2017. p. 120

decisão democrática que deve estar baseada em informações de qualidade a respeito dos competidores no jogo eleitoral, seus projetos, agendas e históricos. As novas redes, pela sua abertura e penetração nas populações, se tornaram uma das principais arenas políticas atuais, fomentando o debate e aumentando as disputas. No entanto, o uso das tecnologias pode vir a causar desequilíbrios e irregularidades que devem ser combatidos. Por isso, é de extrema importância o estudo dos impactos dessas novas tecnologias no processo eleitoral, para, assim, pensar o enfrentamento dos riscos.

2.1 Campanhas eleitorais na Era Digital

A internet é a mais nova e fervilhante arena do jogo eleitoral. Atualmente, as candidaturas que não estão nas redes mal são vistas ou faladas, de forma que a presença no cenário virtual se tornou decisiva para a vitória no pleito. A internet promove inúmeros novos meios de captação de eleitores e de consolidação de comunidades de apoiadores. Por isso, a cada nova eleição, as complexas tecnologias que vão surgindo nas redes digitais vão sendo incorporadas às estratégias de campanhas, e quem não as domina fica para trás.

Embora a televisão ainda detenha a hegemonia como meio de informação político-eleitoral⁸⁸, a internet vem sendo escolhida por candidatos como espaços centrais de campanha, em razão do seu baixo custo e alta penetração entre eleitores. Nesse sentido, os concorrentes a um cargo político, em geral, vêm associando as novas mídias com aquelas tradicionais, buscando atingir os públicos de ambas, e integrando os conteúdos de umas e outras, formando o que se chamou de “campanhas de hipermídia”⁸⁹.

Essa integração se dá, por exemplo, com a transmissão ao vivo de debates televisivos por meio de *sites* como *Facebook* ou *Youtube*, podendo os espectadores comentar em tempo real, de forma a encaminhar os rumos das manifestações e interações dos candidatos. Ainda, na internet, os candidatos podem convocar interessados a acompanhar entrevistas e matérias na televisão, no rádio ou na mídia impressa. Candidatos podem comentar no *Twitter* sobre fatos e notícias veiculadas pelos meios tradicionais, assim como os próprios *tweets* dos candidatos podem virar notícias de jornais. Assim, a internet também se torna um instrumento de dominação das outras mídias no âmbito das campanhas eleitorais.

⁸⁸ Disponível em: < <https://exame.abril.com.br/brasil/ibope-tv-e-principal-meio-usado-por-eleitor-para-saber-sobre-candidatos/>>. Acesso em: 25.10.2018

⁸⁹ LILLEKER, D.; THIERRY, V. *The Internet in Campaigns and Elections*. In: *The Oxford Handbook of Internet Studies*. Nova York: Oxford University Press, 2013. pp. 401-420.

Na internet, as redes sociais são os espaços mais importantes para as campanhas. Nelas, os candidatos estabelecem contato direto com seu eleitorado efetivo e potencial. Podem expor seus projetos de governo, suas ideias, suas atividades de campanha em tempo real, responder dúvidas e, ainda, debater diretamente com outros competidores. Os comentários dos seguidores servem como termômetros para as campanhas, que podem mudar seus rumos de acordo com a recepção ou a rejeição do público.

A onipresença da internet faz com que as pessoas vivam o período eleitoral de forma muito mais participativa do que na época das mídias tradicionais de massa. Os eleitores não são mais apenas polos passivos das campanhas, eles ajudam a construí-las, dando *likes*, comentando suas críticas, compartilhando conteúdos, participando de discussões, militando por seus candidatos de escolha. Há, ainda, a possibilidade de arrecadação de fundos para campanhas por plataformas colaborativas *on-line*, que facilitam e amplificam as contribuições da sociedade civil nas campanhas eleitorais⁹⁰.

No entanto, como dito, o uso das redes para campanhas eleitorais dá maior dimensão aos desafios a serem enfrentados numa democracia em razão da mercantilização das redes. A lógica da nova economia da atenção que se desenvolveu nos ambientes virtuais, quando usada na disputa eleitoral, faz com que campanhas lancem mão de recursos por vezes insidiosos e enganadores para captar sufrágio, catalisando a possibilidade de violação dos princípios garantidores de um processo político-eleitoral livre, justo e democrático.

Aqui se adota a sistematização doutrinária desses princípios realizada por Aline Osório no seu esforço em realizar uma “filtragem constitucional do direito eleitoral”⁹¹. A partir de princípios gerais da Constituição que dão fundamento às eleições (princípio democrático, princípio republicano, pluralismo político, soberania popular, princípio representativo, liberdade e igualdade), a professora extrai quatro diretrizes básicas para a regulação do processo eleitoral brasileiro. São eles:

(i) a *igualdade política entre os cidadãos*, de modo a conferir aos eleitores o igual valor do voto e a igual possibilidade de influenciarem o resultado das eleições; (ii) a *igualdade de oportunidades ou paridade de armas aos candidatos e partidos* na disputa por cargos políticos, buscando evitar que alguns competidores possam extrair vantagens ilegítimas do acesso aos poderes econômico, midiático e político; (iii) a *legitimidade do processo eleitoral*, resguardando a autonomia da vontade do eleitor, e a máxima autenticidade da manifestação da vontade popular, assim como a lisura do

⁹⁰ Financiamento coletivo, também conhecido como *crowdfunding*, consiste na obtenção de capital para iniciativas de interesse coletivo através da agregação de múltiplas fontes de financiamento, em geral pessoas físicas interessadas na iniciativa.

⁹¹ OSÓRIO, Aline. *Direito eleitoral e liberdade de expressão*. Belo Horizonte: Fórum, 2017. p. 141

pleito, impedindo fraudes, corrupção, manipulações e outros constrangimentos indevidos; e (iv) a *liberdade de expressão político-eleitoral*, permitindo que todos os atores do processo eleitoral – cidadãos, políticos, partidos e meios de comunicação –, possam participar amplamente do debate público em torno das escolhas eleitorais⁹².

A democracia representativa só é efetivamente realizada com a legitimidade dos processos de escolhas dos representantes, que será alcançada com a garantia dos princípios fundamentais de direito eleitoral. A utilização das Tecnologias de Informação e Comunicação nos processos eleitorais, embora tenha trazido ganhos com o envolvimento de mais atores no jogo político, instaurando um novo modelo de liberdade de expressão e engajamento de atores sociais nas campanhas, pode provocar desequilíbrios no pleito em razão de desinformação, difusão de mensagens inverídicas e manipulação de debates, permitidas pelas arquitetura da *web*, o que coloca em risco a própria noção de democracia representativa.

Os principais desafios associados ao uso dos novos arranjos comunicacionais da internet em campanhas eleitorais são o microdirecionamento de marketing eleitoral *on-line* e a formação de filtros bolhas de eleitores, a ampla difusão de informações enganosas, as *fake news*, e o uso de robôs em campanhas para manipular debates e opiniões públicas. Esses fenômenos serão analisados a seguir.

2.2 O microdirecionamento de marketing eleitoral

Na atual *data-driven society*, mais de 2,2 milhões de *terabytes* de dados são criados todos os dias no mundo todo⁹³. O mercado de dados se tornou um dos mais importantes da atualidade, movimentando bilhões de dólares todos os anos. Esses dados, como vimos, são coletados, armazenados e tratados por grandes corporações com o objetivo de alcançar a mais profunda dimensão da identidade dos indivíduos⁹⁴. Com esse conhecimento, customizam-se conteúdos perfeitamente moldados a cada personalidade para que seja garantido o clique.

Essa lógica de mercado passou a ser aplicada também no jogo político-eleitoral. A análise de dados pessoais permite o perfilhamento (ou *profiling*) detalhado e a classificação minuciosa de eleitores de acordo com suas preferências e opiniões políticas, apurando estratégias de direcionamento de *marketing* eleitoral. A propaganda eleitoral individualizada é

⁹² OSORIO, Aline. *Direito eleitoral e liberdade de expressão*. Belo Horizonte: Fórum, 2017. p. 143

⁹³ Disponível em: < <http://www.bigdatabusiness.com.br/os-grandes-e-impressionantes-numeros-de-big-data/> >. Acesso em 25.10.2018.

⁹⁴ Van DJICK, José. *Datafication, dataism and dataveillance: Big Data between scientific paradigm and ideology*. In: *Surveillance & Society*. Vol. 12, nº 2, pp. 197-208, 2014.

mais relevante e eficiente aos destinatários do que a publicidade genérica de massa, pois busca atender às suas predisposições e prioridades específicas. Assim, quanto mais precisa é a compreensão da personalidade do eleitor, maiores são as chances de persuadi-lo.

O artifício de direcionar propaganda eleitoral para segmentos específicos da população com base no estudo e classificação do eleitorado não é novo. De fato, esse método sempre foi utilizado, desde campanhas feitas apenas por meio do “boca-a-boca”, com a transmissão de mensagens para uns grupos e outros não, até as campanhas feitas pelo correio ou pelo telefone. Sempre se buscou mapear o eleitorado de acordo com suas opiniões, demandas, classes sociais, idades, a fim de empreender a abordagem que melhor convencerá cada segmento.

A inovação reside na possibilidade de microdirecionar publicidade eleitoral, “detalhar e alargar a segmentação do eleitorado, de forma a quase individualizar a mensagem de um político a um potencial eleitor, com base no seu perfil, por meio da exploração e análise de dados pessoais”⁹⁵. Isso se dá em razão da desmesurada quantidade de dados pessoais que são produzidos e tratados pelo *Big Data*, capazes de atingir um domínio sobre os comportamentos e traços psicológicos de um indivíduo maior do que o dele próprio.

Para lograr tal grau de conhecimento sobre o perfil dos internautas, as empresas de tratamento e análise de dados fazem uso de métodos estatísticos e técnicas de inteligência artificial com base em preceitos de psicologia e psicometria⁹⁶, sendo capazes de perceber os cinco principais traços de personalidade cientificamente mais aceitos, os chamados *OCEAN*: *Openness*, a abertura para novas ideias e experiências; *Conscientiousness*, a consciência com organização e eficiência; *Extraversion*, o nível de sociabilidade da pessoa; *Agreeableness*, a tendência a ser compassivo; e *Neuroticism*, o nível de instabilidade emocional⁹⁷.

Com base nesses parâmetros é possível identificar não só as preferências e visões políticas dos eleitores, como também quais estão abertos a mudar de ideia quanto às suas escolhas políticas, quais têm convicções mais ferrenhas, quais têm visões mais críticas em relação ao *status quo*, quais tendem a sucumbir a estímulos emocionais e, até mesmo, quais acreditarão em mentiras mais ou menos mirabolantes. Com isso, “são capazes de vender um serviço que promete ser bastante influente – e que tem mais chance de virar voto na urna, já que baseado em perfis psíquicos e mensagens emotivas”⁹⁸.

⁹⁵ CRUZ, Francisco Brito *et al.* *Direito Eleitoral na Era Digital*. Belo Horizonte: Letramento, 2018, p. 171.

⁹⁶ *Idem*.

⁹⁷ RAIS, Diogo *et al.* *Direito eleitoral digital*. São Paulo: Thomson Reuters, 2018, p. 77.

⁹⁸ CRUZ, Francisco Brito *et al.* *Direito Eleitoral na Era Digital*. Belo Horizonte: Letramento, 2018, p. 172.

Além de empresas de análise de dados, as redes sociais são elementos fundamentais para essas estratégias de campanha. Em primeiro lugar, por serem as plataformas digitais em que as pessoas mais produzem dados e fornecem informações pessoais, principalmente relacionadas a opiniões políticas, já que são espaços para manifestações mais livres e para debates públicos menos intermediados. Em segundo lugar, porque é nelas que a maioria dos internautas se informa e recebe conteúdos políticos e eleitorais para formar suas concepções políticas. As redes sociais são, então, os espaços mais importantes para as campanhas eleitorais digitais, oferecendo as melhores condições de se conhecer e de influenciar o eleitorado.

A microsegmentação para disseminação de conteúdos direcionados, no entanto, colabora com a mencionada fragmentação das redes em bolhas digitais e, conseqüentemente, para a desinformação dos cidadãos. Nos filtros bolha, internautas só têm contato com conteúdos que reafirmam as suas convicções políticas. No período eleitoral, o resultado disso é que o cidadão acaba não tendo informações completas sobre os candidatos, partidos e ideologias concorrentes, e acabam não tendo subsídios suficientes para tomar decisões conscientes e democráticas. Além disso, esses espaços microsegmentados fazem com que os eleitores sejam mais receptivos a informações manifestamente inverídicas ou mesmo inventadas sobre candidatos que não fazem parte de suas bolhas, já que elas reafirmam suas escolhas políticas. E quanto mais polarizadas as posições tomadas, mais se potencializam essas conseqüências.

Assim, sem que percebam, a liberdade de informação dos eleitores é tolhida, pois dificulta-se a representação de maneira adequada das diferentes posições presentes na sociedade. Em última análise, também é cerceada a própria autonomia da vontade do indivíduo, pelas restrições da sua liberdade de escolha. A esse respeito, Danilo Doneda explica:

A partir do momento em que o perfil eletrônico é a única parte da personalidade de uma pessoa visível a outrem, as técnicas de previsão de padrões de comportamento podem levar a uma diminuição da sua esfera de liberdade, visto que vários entes com os quais ela se relaciona partem do pressuposto de que ela adotará um comportamento pré-definido, acarretando uma efetiva diminuição da liberdade de escolha⁹⁹.

Com efeito, a estratégia de perfilhamento de usuários pode ser usada para o envio de informações incompletas e desleais com vistas a induzir determinados comportamentos em eleitores. Como dito, a análise dos dados consegue aferir os segmentos de pessoas que vão se

⁹⁹ DONEDA, Danilo. *Da privacidade à proteção de dados pessoais*. Rio de Janeiro: Renovar, 2006. p. 174.

curvar a determinados estímulos, se comover com mensagens emotivas ou explosivas e acreditar em meias verdades ou inverdades. É possível, com isso, manipular mentes e comportamentos para se atingir determinados interesses.

Assim, o microdirecionamento de conteúdos, mais do que privar liberdades de informação e escolha, também podem moldar mentes e ações¹⁰⁰. A manipulação da opinião pública é, afinal, o que Castells chama de Poder da Comunicação¹⁰¹: a capacidade de forjar consensos, impor valores e, assim, legitimar uma dominação política, econômica e cultural. Para ele, esta é a forma de poder mais fundamental, pois gera o consentimento para sustentar as demais relações de poder da sociedade.

Como se pode perceber, a situação é especialmente problemática na seara eleitoral, pois esses arranjos comunicativos podem acabar por comprometer a integridade do pleito eleitoral. Isso porque esses mecanismos ferem a autonomia da vontade dos eleitores, assim como a autenticidade da manifestação da vontade popular, que são requisitos essenciais para a legitimidade do processo de escolha de representantes. A liberdade de expressão político-eleitoral também é colocada em risco, pois o enclausuramento em bolhas impede a livre participação em debates políticos na *web* e o livre acesso a informações.

Em última instância, essas novas estruturas comunicativas colocam em risco consolidação do poder do povo, que é a razão de ser da democracia. Elas dificultam a construção de opiniões livres e conscientes que reflitam os reais anseios da população, o que acaba entrando a constituição do projeto de autogoverno popular, mantendo o poder da comunicação nas mãos de poucos.

Não por outro motivo, as práticas de microdirecionamento de conteúdo eleitoral estão associadas a discussões a respeito do uso de dados pessoais dos usuários de internet. Como os dados pessoais carregam informações sobre diversos níveis da personalidade humana, o uso indiscriminado deles pode incorrer em violações da esfera de privacidade dos indivíduos, o que ameaça sua liberdade de pensamento e ação. Como o Estado Democrático de Direito depende da autonomia de ação e participação de cada indivíduo para a formação da vontade comum, a proteção à privacidade de dados pessoais se torna a principal urgência da nova sociedade informacional.

¹⁰⁰ PARISER, Eli. *The Filter Bubble. How the new personalized web is changing what we read and how we think*. New York: The Penguin Press, 2011.

¹⁰¹ CASTELLS, Manuel. *O Poder da Comunicação*. 2ª Edição. Trad. de Vera Lúcia Mello Joscelyne; Rev. de Isabela Machado de Oliveira Fraga. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2017. p. 57.

No atual paradigma da comunicação, o direito à privacidade passa a ser considerado “uma garantia de controle do indivíduo sobre as próprias informações e um pressuposto para qualquer regime democrático”, preconiza a professora Laura Schertel. Assim, os contornos desse direito se transformaram a fim de abarcar a dimensão de proteção de dados pessoais, “à medida que surgiram novos desafios ao ordenamento jurídico a partir do tratamento informatizado de dados”¹⁰².

Num modelo de economia que movimenta milhões de *terabytes* de dados todos os dias – e este número aumenta continuamente –, as principais ameaças ao direito à privacidade são: a coleta ilícita ou não autorizada de dados, como no monitoramento ilegal de pessoas; o processamento impróprio de dados, como no uso das informações pessoais para uma finalidade que não foi autorizada; e a divulgação indevida de dados, como nos chamados vazamentos de dados e furtos de informações pessoais¹⁰³. Como as consequências dessas práticas são nefastas ao modelo democrático, a privacidade de dados pessoais deve ser protegida como direito da personalidade dos indivíduos¹⁰⁴, intrínseca ao valor da dignidade humana e integrante do rol de direitos fundamentais elencados na Constituição Federal.

Essa discussão atingiu o seu ápice com o escândalo de vazamento de dados pessoais de 50 milhões de usuários do *Facebook* para a empresa britânica de consultoria de marketing digital e análise de dados *Cambridge Analytica*, a qual utilizou os dados para identificar os perfis psicológicos dos eleitores americanos e direcionar conteúdo político e eleitoral em favor da campanha presidencial de Donald Trump nas eleições de 2016 nos Estados Unidos, bem como na campanha dos apoiadores da saída do Reino Unido da União Europeia, no plebiscito do Brexit¹⁰⁵.

O esquema foi revelado por Christopher Wylie, ex-diretor de pesquisa da *Cambridge Analytica*, aos jornais *New York Times*¹⁰⁶ e *The Observer*¹⁰⁷ em 17 de março de 2018. Os dados foram coletados por meio de um aplicativo de teste de personalidade construído por Aleksandr Kogan, acadêmico da Universidade de Cambridge. No aplicativo, usuários poderiam fazer *login* com a sua conta no *Facebook* e concordar com o uso de seus dados para

¹⁰² MENDES, Laura Schertel. *Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor: linhas gerais de um novo direito fundamental*. São Paulo: Saraiva, 2014, p. 29.

¹⁰³ CRUZ, Francisco Brito *et al.* *Direito Eleitoral na Era Digital*. Belo Horizonte: Letramento, 2018, p. 165.

¹⁰⁴ MENDES, Laura Schertel. *Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor: linhas gerais de um novo direito fundamental*. São Paulo: Saraiva, 2014, p. 124.

¹⁰⁵ Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2018/03/26/internacional/1522058765_703094.html>. Acesso em: 25.10.2018

¹⁰⁶ Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2018/03/17/us/politics/cambridge-analytica-trump-campaign.html>>. Acesso em: 25.10.2018

¹⁰⁷ Disponível em: <<https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridge-analytica-facebook-influence-us-election>>. Acesso em: 25.10.2018.

pesquisa acadêmica. No entanto, o aplicativo também coletava os dados de todos os amigos do *Facebook* dos participantes do teste, procedimento permitido pelas políticas do *Facebook* à época, o que permitiu a obtenção de dados de mais de 50 milhões de pessoas.

Posteriormente, essas informações foram compartilhadas por Kogan com a *Cambridge Analytica*, violando os termos de uso do *Facebook*, que não permitiam a venda e o uso dos dados de amigos para publicidade, e foram utilizadas com a finalidade de traçar os perfis dos eleitores para lhes dirigir propaganda eleitoral personalizada e, inclusive, notícias falsas que beneficiavam a campanha de 2016 de Donald Trump. Professor Nathaniel Persily, da Universidade de Stanford, analisa a abrangência da atuação da empresa no *marketing* eleitoral:

*By Cambridge Analytica's account, the campaign targeted 13.5 million persuadable voters in sixteen battleground states, discovering the hidden Trump voters, especially in the Midwest, whom the polls had ignored. They also, now infamously, targeted Clinton supporters, especially "white liberals, young women and African Americans," with communications designed to reduce turnout among those groups*¹⁰⁸.

Após as denúncias, a discussão sobre os limites da atuação sobre os dados pessoais pelas empresas de tecnologia virou assunto de primeira ordem entre comunidades políticas e jurídicas nacionais e internacionais. Os olhos do mundo todo se voltaram ao *Facebook*, que teve sua confiabilidade totalmente questionada e sua imagem maculada, especialmente após pronunciamentos de *mea culpa* do CEO da Empresa, Mark Zuckerberg, que admitiu que não fez o suficiente para evitar o uso nocivo dos dados¹⁰⁹. Semanas depois, o *Facebook* anunciou mudanças nas políticas de privacidade de dados, tornando mais transparentes aos usuários os procedimentos de coleta de dados¹¹⁰. A empresa *Cambridge Analytica*, por sua vez, anunciou o seu fechamento em 2 de maio de 2018, em razão da perda de clientes e provedores¹¹¹.

A necessidade de uma regulação mais rígida sobre dados pessoais tornou-se o centro do debate internacional sobre privacidade, o que acelerou os processos de implementação de

¹⁰⁸ PERSILY, Nathaniel. The 2016 U.S. Election: Can democracy survive the internet? In: *Journal of Democracy*. Vol. 28, nº2, pp. 63-76. Abril, 2017. Tradução livre: Pelo relato da Cambridge Analytica, a campanha visava 13,5 milhões de eleitores persuasivos em dezesseis estados de batalha, descobrindo os eleitores ocultos de Trump, especialmente no Centro-Oeste, que as pesquisas haviam ignorado. Eles também miraram nos partidários de Clinton, especialmente "liberais brancos, mulheres jovens e afro-americanos", com comunicações destinadas a reduzir o comparecimento às urnas entre esses grupos.

¹⁰⁹ Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2018/04/10/internacional/1523380980_341139.html>. Acesso em: 25.10.2018.

¹¹⁰ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/facebook-atualiza-politica-de-dados-apos-caso-cambridge-analytica-22555681>> Acesso em: 25.10.2018.

¹¹¹ Disponível em: <<https://www.theguardian.com/uk-news/2018/may/02/cambridge-analytica-closing-down-after-facebook-row-reports-say>>. Acesso em: 25.10.2018.

regulamentos e leis sobre proteção de dados pessoais. Em 25 de maio de 2018, entrou em vigor na União Europeia o Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados (ou *GDPR* – *General Data Protection Regulation*), priorizando o direito à privacidade e a transparência na coleta, armazenamento e tratamento de dados. No Brasil, foi aprovada pelo Congresso Nacional em 10 de julho de 2018 a Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018), que regula o uso, proteção e transferência de dados pessoais no Brasil, nos âmbitos privado e público, inspirada nos mesmos valores e princípios do *GDPR*.

A comunicação baseada no *Big Data* transformou a arquitetura da *web* e transformou tudo e todos em dados sujeitos a comercialização. Naturalmente, conforme vão surgindo, novos artifícios comunicacionais são incorporados às estratégias de campanha, com o intuito de se atingir mais eleitores de forma mais eficiente. Mas a introdução de novas – e mais complexas – tecnologias a procedimentos tradicionais, como são as eleições, sempre vem acompanhada de novos desafios e problemas.

Nesse contexto, o uso das enormes quantidades de dados pessoais gerados *on-line* para direcionamento de conteúdos personalizados com finalidade político-eleitoral, ao promover informações incompletas e manipuladas para influenciar comportamentos e escolhas de cidadãos, pode acarretar graves danos à substância da democracia, pois limita a esfera de autonomia política e a liberdade de escolha dos cidadãos, assim como a sua esfera de privacidade, requisitos essenciais para a realização do Estado Democrático de Direito.

Noutro giro, o tratamento de dados pessoais e a segmentação dos usuários das redes em bolhas também contribuem para a disseminação de notícias falsas, as chamadas *fake news*. O estudo das informações de indivíduos ou grupos é capaz de avaliar se eles acreditarão em meias verdades, fatos descontextualizados, teorias da conspiração e sensacionalismos. A seguir, considerar-se-á os impactos desse fenômeno.

2.3 Fake News e pós-verdade: desinformação e manipulação do cidadão

Um dos fenômenos de maior preocupação da atualidade é a difusão de notícias falsas, as chamadas *fake news*. Esse fenômeno não é novo, no entanto. Boatos e mentiras a respeito de questões que tocam o interesse público sempre foram espalhados, principalmente em contextos de disputas políticas. Desde a criação da imprensa escrita e das demais formas de distribuição de informações, fatos são alterados, ampliados, reduzidos ou

descontextualizados, com o fim de provocar determinadas reações e comportamentos do público.

A novidade é que com a internet as informações viajam com uma rapidez gigantesca e atingem um número incalculável de pessoas, podendo causar alvoroço em uma população inteira em poucos segundos. Como na *web* existe uma miríade de informações de uma infinidade de fontes, tendo em vista que qualquer um pode ser produtor de conteúdos, perde-se a cultura de checagem de fatos e de sua procedência, bem como de uma leitura atenta e profunda das informações, o que facilitou a proliferação e o compartilhamento exponencial de informações enganosas e fraudulentas apenas em função de seus títulos explosivos ou anunciações polêmicas.

Na nova sociedade em rede, qualquer conteúdo alcança uma dimensão tal que pode virar uma “verdade” popularmente aceita. Nesse ecossistema, as informações não precisam estar baseadas em fatos objetivos para serem endossadas, inaugurando-se, assim, a era da “pós-verdade”. Eleita a palavra do ano de 2016, no fervor das polêmicas eleições presidenciais americanas e do plebiscito do Brexit, *post-truth* é definida como “*relating to or denoting circumstances in which objective facts are less influential in shaping public opinion than appeals to emotion and personal belief*”¹¹². Lee McIntyre, filósofo estudioso desse novo paradigma, defende que o prefixo “pós” indica não tanto um sentido temporal, mas sim o sentido de que “a verdade foi eclipsada” e perdeu a sua relevância¹¹³.

A pós-verdade é uma crescente tendência mundial em que indivíduos se sentem encorajados a tentar distorcer a realidade para adequá-la a suas opiniões, ao invés do caminho contrário¹¹⁴. Vulgarizou-se, assim, uma concepção de que fatos podem ser obscurecidos, selecionados e apresentados num contexto político que favorece uma interpretação da verdade em detrimento de outra. Dependendo do que se quer que seja verdade, alguns fatos importam mais do que outros. Trata-se, pois, da subversão da realidade, em que tudo pode ser verdade, basta ser acreditado. Se uma comunidade inteira acredita nelas, então pouco importa se essas “verdades” são contraditas por fatos e evidências.

Essa subversão é resultado das revoluções provocadas pela nova sociedade de informação. Como visto acima, a nova engenharia da internet mudou radicalmente a forma de circulação de informação. Os novos intermediários da comunicação passam a disputar por

¹¹² Tradução livre: Relativo a denotar circunstâncias em que fatos objetivos são menos influentes para moldar o debate público ou a opinião pública do que apelos à emoção e a crenças pessoais.

¹¹³ MCINTYRE, Lee. *Post-truth*. Cambridge, MA: MIT Press, 2018, p. 5.

¹¹⁴ *Idem*, pp. 5-6.

cliques do público e a construir artifícios cada vez mais complexos para atrair a sua atenção. Passa-se a priorizar, então, conteúdos apelativos, espalhafatosos e agressivos, de forma a chamar atenção da maior quantidade possível de pessoas, acumulando visualizações e *likes*, tornando-se “virais”¹¹⁵, em detrimento de matérias longas e analíticas. Cada curtida e compartilhamento de conteúdos aumentam o seu valor, gerando receita às plataformas por meio da venda de anúncios.

As interações com conteúdos abastecem o seu algoritmo e fazem com que elas sejam impulsionadas para cada vez mais pessoas. Assim, o importante nessa nova era não é a qualidade da informação, mas sim sua capacidade de viralizar. Quanto mais atraentes e explosivos são os conteúdos e informações, maiores são as chances de alcançar grandes públicos. É essa lógica que permite a proliferação de *fake news*.

O poder da *fake news* é determinado pela viralidade da mentira que ela propaga, pela velocidade com que é disseminada sem contradição oportuna e, consequentemente, pelo número de pessoas que recebem e acreditam na falsidade. Tal como acontece com outras informações ou rumores no mundo *off-line*, muitos fatores podem impulsionar a popularidade de uma história: seu valor de entretenimento, novidade, indelicadeza e afins. Mas o ritmo com que as mentiras podem viajar no mundo *on-line* é muito maior, e diferentes estratégias e tecnologias, como robôs de mídia social automatizados, podem espalhar essas mentiras para as pessoas certas¹¹⁶.

Porém, a finalidade comercial não é central para o fenômeno das *fake news* em específico. O seu principal objetivo é implantar ideias no imaginário coletivo e provocar determinadas reações das populações, conferindo vantagem a algum indivíduo ou grupo social. Por essa razão, elas ganham significado maior do que meras mentiras ou boatos: são “atos e gestos fundados na mentira, com organização sistêmica em sua propagação, com o propósito inclusive de se tornar verdade social pela repetição intensa”¹¹⁷.

Existe um grande esforço acadêmico no sentido de conceituar *fake news*, em razão da multiplicidade de fatores que envolve o processo de desinformação. A Pesquisadora da Universidade de Harvard, Claire Wardle, defende que o termo *fake news* não descreve a complexidade do fenômeno atual, por ele ter ultrapassado a roupagem de “notícia”, tornando-

¹¹⁵ O dicionário infopedia.pt define viral como “algo que se espalha como se fosse um vírus”.

¹¹⁶ PERSILY, Nathaniel. *The 2016 U.S. Election: Can democracy survive the internet?* In: Journal of Democracy. Vol. 28, nº2, pp. 63-76. Abril, 2017.

¹¹⁷ NEISSER, Fernando; BERNADELLI, Paula; MACHADO, Raquel. *A mentira no ambiente digital: impactos eleitorais e possibilidades de controle*. In: Tratado de Direito Eleitoral Volume 4 - Propaganda Eleitoral. FUX, Luiz; PEREIRA, Luiz Fernando Casagrande; AGRA, Walber de Moura (coord.); PECCININ, Luiz Eduardo (org.). Belo Horizonte: Forum, 2018. pp. 51-70.

se todo um ecossistema de informações. Segundo ela, o termo “fake” (“falsas”) também não faz jus às diferentes noções de desinformação relacionadas a esse fenômeno¹¹⁸.

Em trabalho em conjunto com Hossein Derakhshan, no Centro Shorenstein de Mídia, Política e Políticas Públicas da Universidade de Harvard, traduzido por Francisco Britto Cruz *et al* no livro “Direito Eleitoral na Era Digital”¹¹⁹, Wardle sintetiza em três grupos os problemas com a informação consumida:

Publicação de informação incorreta (*mis-information*) – A informação está incorreta, mas não há intenção dolosa de causar dano à sociedade. É o caso de um jornalista que não verifica os fatos que chegaram ao seu conhecimento e acaba por publicar algo errado em sua matéria, o que pode ou não acabar sendo corrigido depois.

Publicação de informação enviesada (*mal-information*) – Quando informações verdadeiras são publicadas com o intuito de prejudicar uma pessoa, organização, partido político etc. Isso pode acontecer inclusive a partir da disseminação de informações que eram privadas fora de contexto. Não necessariamente a publicação de informações de maneira enviesada é ilegítima, especialmente porque pode haver interesse público para que os fatos em questão sejam conhecidos pela população.

Desinformação (*dis-information*) – Ocorre a partir da publicação de informações de maneira enviesada. Entram nessa hipótese os casos de adulteração de informações e fontes e de manipulação de conteúdo.

Além disso, Wardle especifica três elementos essenciais distintivos do referido ecossistema “1. *The different types of content that are being created and shared*; 2. *The motivations of those who create this content*; 3. *The ways this content is being disseminated*”¹²⁰. A partir desse tripé, busca-se aqui definir *fake news* como informações incorretas, em razão de negligência, de descontextualização, ou por terem sido efetivamente inventadas, e disseminadas em larga escala principalmente por meio das redes digitais, capazes de forjar consensos sociais e influenciar processos legítimos de tomada de decisão, prejudicando ou beneficiando determinadas pessoas ou grupos sociais.

Por essa razão, a difusão de *fake news* influencia na construção coletiva de significados. Se o consciente coletivo é constituído por inverdades e desinformação de todas as ordens, a liberdade de pensamento, comportamento e ação de cidadãos é ameaçada. E,

¹¹⁸ WARDLE, Claire. *Fake News. It's complicated*. Disponível em: <<https://medium.com/1st-draft/fake-news-its-complicated-d0f773766c79>>. Acesso em: 25.10.2018.

¹¹⁹ CRUZ, Francisco Brito *et al*. *Direito Eleitoral na Era Digital*. Belo Horizonte: Letramento, 2018, p. 121.

¹²⁰ Tradução livre: 1. Os diferentes tipos de conteúdo que estão sendo criados e compartilhados; 2. As motivações daqueles que criam este conteúdo; 3. As formas como este conteúdo está sendo divulgado. WARDLE, Claire. *Fake News. It's complicated*. Disponível em: <<https://medium.com/1st-draft/fake-news-its-complicated-d0f773766c79>>. Acesso em: 25.10.2018.

como autonomia de ação e participação dos membros de um corpo social são requisito essencial para a formação da vontade comum, o próprio Estado Democrático de Direito é colocado em risco.

A disseminação de *fake news* no âmbito do processo eleitoral é ainda mais perigosa. Numa disputa político-eleitoral, as escolhas dos cidadãos devem ser o máximo possível fundamentadas em informações completas, verídicas e de qualidade a respeito dos candidatos e seus projetos políticos e das questões públicas em jogo na competição. A prevalência de histórias falsas no ambiente informacional cria embaraços à tomada de decisões políticas conscientes e torna menos provável que os eleitores escolham com base em informações genuínas, em vez de mentiras ou desvios enganosos. Assim, decisão baseada em farsas pode ferir de morte o princípio da democracia representativa, por vício na vontade dos eleitores.

É claro que a mentira faz parte da política. Desde que Maquiavel rompeu os laços da política com a moral religiosa, o jogo de poder admite o uso de qualquer artifício de linguagem para conquistar o apoio popular, inclusive levantar falso testemunho. Tanto é que candidatos eleitos não estão vinculados a cumprir suas promessas e projetos feitos no período de campanha. A mentira praticada isoladamente por um candidato é facilmente identificável e combatida. O próprio adversário, a sociedade civil ou a Justiça Eleitoral podem contradizê-la, de forma que essa mentira não oferece risco para a disputa.

Se a inverdade, entretanto, é emitida por “uma boca da qual não se conhece o corpo”¹²¹, e é compartilhada e reproduzida por toda uma coletividade a ponto de se tornar senso comum, aí se tem a “mentira destrutiva”¹²², fazendo surgir o risco de abalar todo o processo eleitoral, e a própria ideia de democracia. Isso porque a complexidade das redes comunicativas que as *fake news* percorrem tornam quase impossível identificar o seu ponto de origem, assim como o limite do seu alcance.

Naturalmente, candidatos endossam as *fake news* que os beneficiam, reproduzindo-as em suas campanhas, direta ou indiretamente, dando a elas maior relevância e repercussão. Trata-se de “um jogo em que ele não pode perder e, portanto, tem todo o incentivo para seguir com as práticas ilegais”¹²³. Em contrapartida, acaba sendo dever do eleitor receber as

¹²¹ NEISSER, Fernando; BERNADELLI, Paula; MACHADO, Raquel. *A mentira no ambiente digital: impactos eleitorais e possibilidades de controle*. In: FUX, Luiz; PEREIRA, Luiz fernando casagrande; AGRA, Walber de Moura (coord.); PECCININ, Luiz Eduardo (org.) *Propaganda Eleitoral*. Belo Horizonte: Forum, 2018. P. 51-70. (Tratado de Direito Eleitoral, V.4.).

¹²² *Idem*.

¹²³ *Idem*.

informações “com grau saudável de ceticismo, sabendo que nem tudo aquilo deve ser verdade”¹²⁴.

Porém, mais preocupante ainda é a possibilidade de as próprias campanhas estarem por trás de disparos de informações inverídicas de forma viral e com a fonte obscura, provocando também o desequilíbrio do pleito e a disparidade de armas entre competidores. Como visto no tópico anterior, as tecnologias de tratamento de dados permitem aferir os grupos de pessoas com maiores tendências de acreditar em notícias falsas ou enganosas, fomentando a distribuição de *fake news* sob medida.

Uma vez que essas pessoas acreditam nos artigos, imagens, vídeos ou memes¹²⁵ enganosos ou fabricados que recebem e os compartilham inadvertidamente, a próxima pessoa que os visualizar em seu *feed* social provavelmente confia no *post* original e passa a compartilhá-lo também¹²⁶. Essas informações, em seguida, viajam pelas redes *peer-to-peer* em alta velocidade, podendo tomar todo o ecossistema informacional.

A eleição presidencial de 2016 nos Estados Unidos foi uma das mais recentes a experienciar a explosão das *fake news*. No rescaldo do processo eleitoral, alegou-se que esse fenômeno poderia ter sido fundamental na eleição do presidente Donald Trump¹²⁷. No período de campanhas, notícias detectadas como falsas a respeito das eleições tiveram mais alcance do que as principais histórias eleitorais de 19 grandes fontes de notícias¹²⁸. Das 20 histórias de eleições falsas de maior desempenho identificadas, todas, exceto três, eram abertamente pró-Donald Trump ou anti-Hillary Clinton. As duas notícias falsas que mais repercutiram no período foi “Wikileaks confirma que Clinton vendeu armas para o Estado Islâmico” e “Papa Francisco choca o mundo e apoia Donald Trump”.

¹²⁴ NEISSER, Fernando; BERNADELLI, Paula; MACHADO, Raquel. *A mentira no ambiente digital: impactos eleitorais e possibilidades de controle*. In: FUX, Luiz; PEREIRA, Luiz fernando casagrande; AGRA, Walber de Moura (coord.); PECCININ, Luiz Eduardo (org.) *Propaganda Eleitoral*. Belo Horizonte: Forum, 2018. P. 51-70. (Tratado de Direito Eleitoral, V.4.).

¹²⁵ O Dicionário Oxford da Língua Inglesa define “meme”, em tradução livre, como sendo “uma imagem, um vídeo ou um texto, tipicamente humorístico em sua natureza, que é copiado e rapidamente compartilhado por usuários da Internet, muitas vezes com pequenas variações”. Trata-se, pois, de uma charge virtual e espontânea, que viraliza no ambiente digital.

¹²⁶ WARDLE, Claire. *Fake News. It's complicated*. Disponível em: <<https://medium.com/1st-draft/fake-news-is-complicated-d0f773766c79>>. Acesso em: 25.10.2018.

¹²⁷ ALCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew. *Social Media and Fake News in the 2016 Election*. In: *Journal of Economic Perspectives*. Vol. 31, nº 2, pp. 211-236. Primavera, 2017.

¹²⁸ Disponível em: < <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook#.uc9gevywE>>. Acesso em: 25.10.2018.

Embora a pesquisa empírica não tenha sido capaz de demonstrar se a difusão de *fake news* foi decisiva para a vitória de Trump¹²⁹, as eleições de 2016 nos Estados Unidos trouxeram a nível global o debate sobre a relação entre notícias falsas na internet e democracia, tornando a busca por alternativas de regulação e combate às *fake news* a ordem do dia no cenário mundial. Afinal, se a democracia demanda processos de tomada de decisões políticas racionais, livres e conscientes, a disseminação da mentira destrutiva deve ser combatida.

As discussões sobre o enfrentamento das *fake news* são permeadas de desafios e problemas. Isso porque, em primeiro lugar, é fisicamente impossível o aparelho estatal combater todas as ocorrências de viralização de informações falsas na velocidade com que percorrem a amplíssima e complexa estrutura da rede. Além disso, um controle excessivo pelo Estado de informações e manifestações nos espaços virtuais pode tolher a liberdade de expressão dos membros da coletividade, “e, numa visão paternalista, acanha um comportamento adulto e maduro dos cidadãos, que devem estar preparados para todo tipo de discurso, filtrando-o pela inteligência e pelo debate, e não pelo mero controle estatal e pela repressão”¹³⁰.

As medidas estatais no sentido de coibir as *fake news* sempre exigirão que o Poder Público defina o que é a verdade. A posição do Estado como dono da verdade é perigosa, pois pode-se beirar a uma ditadura. A verdade nunca é única e absoluta: ela é construída socialmente por meio de processos comunicativos. Aline Osório, numa revisão bibliográfica acerca da “busca da verdade” lembra que “a existência de uma ‘verdade universal’ é hoje uma ideia ultrapassada e com graves debilidades epistemológicas”¹³¹. Assim, “em uma sociedade plural e aberta, a existência e o sentido da verdade estão abertos à discussão”¹³². Nessa perspectiva, a verdade só é alcançada por meio da discussão e contraposição de ideias, e “toda intervenção estatal no sentido de silenciar uma opinião, ainda que falsa ou incorreta, é vista com desconfiança, pois é na colisão com opiniões erradas que a verdade pode se impor”¹³³.

A liberdade de expressão, como princípio garantidor do Estado Democrático de Direito, pressupõe o livre convívio de todos os pontos de vista presentes de uma comunidade

¹²⁹ ALCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew. *Social Media and Fake News in the 2016 Election*. In: Journal of Economic Perspectives. Vol. 31, nº 2, pp. 211-236. Primavera, 2017.

¹³⁰ NEISSER, Fernando; BERNADELLI, Paula; MACHADO, Raquel. *A mentira no ambiente digital: impactos eleitorais e possibilidades de controle*. In: FUX, Luiz; PEREIRA, Luiz Fernando Casagrande; AGRA, Walber de Moura (coord.); PECCININ, Luiz Eduardo (org.) Propaganda Eleitoral. Belo Horizonte: Fórum, 2018. P. 51-70. (Tratado de Direito Eleitoral, V.4.).

¹³¹ OSORIO, Aline. *Direito eleitoral e liberdade de expressão*. Belo Horizonte: Fórum, 2017. p.56

¹³² *Idem*.

¹³³ *Idem*.

política. Aquilo que se pode entender por “informação falsa” pode ser muito próximo à manifestação de uma subjetividade. Essa distinção, então, deve ser feita com cautela, sob pena de se incorrer em censura¹³⁴. Por isso que, do ponto de vista do combate judicial de *fake news*, muito tem sido discutido sobre os limites da atuação do Estado julgador sobre manifestações lançadas na esfera pública. Essa discussão será melhor abordada no terceiro capítulo, quando considerar-se-á o papel da justiça eleitoral brasileira no combate a *fake news*.

Entretanto, como já se argumenta em diferentes espaços jurídicos, o controle das *fake news* deve ter um caráter mais preventivo do que repressivo. Se o problema de democracia se resolve com mais democracia¹³⁵, o problema da desinformação se combate com mais informação. Nesse sentido, a promoção de uma cultura que valoriza a qualidade da informação, tal como iniciativas de *fact checking*¹³⁶, se mostram mais efetivas do que o controle judicial propriamente dito, limitado que é diante da velocidade da disseminação dos dados – falsos ou não – na sociedade contemporânea.

A conclusão deste tópico, por mais lugar-comum que possa soar, se concentra na necessidade de se sofisticar uma educação que promova a consciência das potencialidades e dos limites de uma sociedade virtual. E esse esforço deve estar presente não somente nos bancos das salas de aulas. Ao passo que gerações já tenham sido alfabetizadas com uma internet popularizada, muitos adultos e idosos ingressaram nesse mundo sem muito cuidado ou formação. Educação digital, filtragem de informações, ética na produção e distribuição de conteúdos, entre outros elementos, são prioridades a serem perseguidas e realizadas. Quanto às preocupações com as eleições, mudaram as circunstâncias do jogo democrático, mas ele deve continuar sendo jogado, sempre tendo o povo e sua pluralidade como protagonistas da vida política das nações.

2.4 Bots nas campanhas eleitorais: manipulação do debate público

Além do microdirecionamento de conteúdo eleitoral e do fenômeno das *fake news*, um outro desafio ao debate político-eleitoral a ser trabalhado é a questão do aperfeiçoamento da inteligência artificial materializado em robôs capazes de criar conteúdos e disseminá-los

¹³⁴ OSORIO, Aline. *Direito eleitoral e liberdade de expressão*. Belo Horizonte: Fórum, 2017. p. 45

¹³⁵ NETO, Tarcísio Vieira de Carvalho. *Democracia Digital*. In: Reforma Política: Homenagem ao Ministro Celso de Mello (Org. Erick Wilson Pereira). Brasília: Conselho Federal OAB, 2017.

¹³⁶ Segundo a Agência Pública, empresa de *Fact Checking*, o fact-checking é uma checagem de fatos, isto é, um confrontamento de histórias com dados, pesquisas e registros. Ele é uma forma de qualificar o debate público por meio da apuração jornalística e de checar qual é o grau de verdade das informações. Disponível em: <<https://apublica.org/2017/06/truco-o-que-e-fact-checking/>>. Acesso em 25.10.2018.

autonomamente. Esses robôs atuam em redes sociais por meio de perfis falsos, e são habilitados a curtir, compartilhar e até comentar conteúdos, como se humanos fossem, impulsionando assuntos e influenciando discussões públicas de acordo com a agenda de seus programadores.

Esses são os chamados robôs sociais, ou no inglês, *social bots*. Francisco Brito Cruz *et al* os define como:

(...) *softwares* que automatizam reações e comportamentos a partir de instruções dadas por seus programadores, passando-se por seres humanos. Eles podem ativar a si mesmos, a partir da percepção de um determinado contexto ou provocação alheios a comandos de usuários. Podem interagir com humanos, mas apenas quando percebem o contexto a partir do qual foram instruídos a funcionar. Apesar disso, possuem certa autonomia, podendo, a depender de seu nível de complexidade, priorizar tarefas, tomar decisões pré-instruídas, ou reconhecer mudanças no contexto. Por fim, os *bots* podem ser desenvolvidos com “habilidades sociais”, sendo capazes de imitar comportamentos humanos ou mesmo de intervir quando identificarem certos tipos de ações ou postagens¹³⁷.

Esses *softwares* possuem uma agência artificial que atua de forma articulada, ou seja, sua presença se faz perceber por um quantitativo elevado de unidades autônomas funcionando orquestradamente. Esse exército de andróides silenciosos é capaz de inundar a rede com discursos pré-formatados que, analogamente aos mares de panfletos que outrora entupiam os comícios eleitorais, “suja” o ciberespaço, forjando discussões artificiais e sufocando debates espontâneos.

O *bots* interceptam o mercado de ideias, podendo criar e impulsionar narrativas que não ganhariam força espontaneamente, dando a elas a falsa noção de relevância no ambiente informacional, de forma a adulterar a opinião pública. Segundo a Fundação Getúlio Vargas, por meio de sua Diretoria de Análise de Políticas Públicas (DAPP)¹³⁸, 10,4% das publicações totais registradas no entre turnos das eleições presidenciais do Brasil de 2018 do microblog *Twitter* foram criadas por *bots*, percentual suficiente para alterar os rumos da discussão político-eleitoral.

Essa atuação tem um duplo vetor. Numa direção, os *bots* turbinam assuntos, ideias e debates, emprestando-lhes uma relevância artificial, fazendo com que as interações entre pessoas reais incorporem os temas turbinados e criando “a falsa sensação de amplo apoio

¹³⁷ CRUZ, Francisco Brito et al. *Direito Eleitoral na Era Digital*. Belo Horizonte: Letramento, 2018. p. 151.

¹³⁸ Aumenta ação de robôs pró-Bolsonaro no *Twitter*. Disponível em: <<https://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,aumenta-acao-de-robos-pro-bolsonaro-no-twitter,70002553794>>. Acesso em: 02.11.2018.

político a certa proposta, ideia, ou figura pública”¹³⁹ entre outras consequências. Segue-se, assim, uma lógica segundo a qual “se todo mundo está falando sobre um assunto, então ele deve ser importante”.

Noutra direção, se um tema político nascido espontaneamente entre os usuários humanos ganhar naturalmente uma projeção indesejada pelos disparadores de *bots*, eles podem deliberadamente desviar sua atenção, viralizando outros assuntos mais polêmicos e abafando potenciais debates sobre temas caros àqueles usuários em particular e ao mercado de ideias como um todo.

Os *bots* ainda ingressam nas bolhas digitais específicas, catalisando determinados assuntos entre seus membros num ritmo crescente que faz conteúdos criados por humanos se misturarem àqueles criados artificialmente. Eventualmente, algumas questões políticas implantadas e impulsionadas por *bots* ganham agenda nas bolhas digitais, fazendo com que seus integrantes humanos se dediquem a elas recorrentemente. E mais. Esses assuntos podem sair das bolhas e reverberar na sociedade como um todo, entrando em agendas políticas governamentais e de campanhas eleitorais.

Segundo Fernando Nasser *et al*, essa capacidade sobrepuja as mídias sociais, alcançando a imprensa tradicional de modo a impactar a opinião pública. Afirma:

Essa construção de relevância de conteúdos de forma artificial é muitas vezes utilizada como estratégia para rompimento da opinião pública e para a criação de falsos consensos, o que não apenas tem influência no comportamento do usuário da plataforma que tem contato com esses cenários falsamente consensuais, mas também, muitas vezes, pauta matérias na imprensa tradicional pelo falseamento da relevância dos assuntos.¹⁴⁰

Além disso, como não poderia ser diferente, o social *bots* também são exímios propagadores de *fake news*, dando a elas força e massividade, e, portanto, aparência de verdade. Aqui, opera-se o raciocínio segundo o qual “se tantas pessoas estão falando sobre esse assunto, então ela deve ser verdade”, típico da era da pós-verdade. Por essa razão, são artifícios versados em promover desinformação.

Essas tecnologias, então, são capazes de manipular a opinião pública, controlando os caminhos das discussões na *web*, de maneira a criar consensos de forma artificial acerca de

¹³⁹ RUEDIGER, Marco Aurélio. *Robôs, redes sociais e política no Brasil: estudo sobre interferências ilegítimas no debate público na web, riscos à democracia e processo eleitoral de 2018*. Rio de Janeiro: FGV, DAPP, 2017. p. 9.

¹⁴⁰ NEISSER, Fernando; BERNADELLI, Paula; MACHADO, Raquel. *A mentira no ambiente digital: impactos eleitorais e possibilidades de controle*. In: FUX, Luiz; PEREIRA, Luiz Fernando Casagrande; AGRA, Walber de Moura (coord.); PECCININ, Luiz Eduardo (org.) *Propaganda Eleitoral*. Belo Horizonte: Forum, 2018. P. 51-70. (Tratado de Direito Eleitoral, V.4.).

assuntos públicos e influenciar em resultados de eleições e em políticas governamentais. Assim como os outros mecanismos aqui estudados, os robôs sociais minam a autonomia do cidadão e do debate democrático. Nesse contexto, tornam-se urgentes esforços no sentido de identificar esses movimentos para controlar os riscos do cerceamento da liberdade de pensamento e informação.

Quanto ao controle e à opacidade das identidades dos programadores e financiadores desses robôs, alguns questionamentos se colocam. Por um lado, é tecnicamente desafiador localizar os verdadeiros administradores de perfis falsos, o que reforça a necessidade de se perseguir um modelo mais rigoroso e seguro de adesão aos serviços da rede. Seria o caso de atuação do Estado regulador? Por outro, algum esforço por parte dos próprios provedores há que ser considerado; nesse sentido, que ações, ao menos informativas, poderiam ser tomadas pelos administradores das redes sociais para precaver seus usuários?

Mais uma vez, a principal estratégia para a batalha contra a desinformação promovida pelos robôs sociais é a educação de homens e mulheres sobre o consumo de mídia de forma crítica e consciente de nem sempre as ideias e narrativas que circulam na rede foram geradas pela inteligência humana, embora possam ser processadas e replicadas também por seres humanos. Cegos pela imensa quantidade de informações, usuários precisam de “óculos escuros digitais”¹⁴¹, ou seja, uma cultura de filtragem e checagem de informações.

Medida importante nesse sentido é a tentativa de identificar quando conteúdos estão sendo disparados por *bots*. Já se podem elencar algumas “pistas” de que determinado conteúdo é criação algorítmica. O mesmo DAPP/FGV mencionado anteriormente estabeleceu¹⁴² algumas características podem ajudar a diferenciar *bots* de perfis reais. Devem ser observados, por exemplo: (i) a variedade de ações enquanto conectados na rede (*bots* normalmente realizam poucas atividades fora o compartilhamento de conteúdo), (ii) quantidade de seguidores (pessoas reais possuem entre 100 e 1000 seguidores, *bots* possuem muito poucos), (iii) características de linguagem, interação com amigos etc, e (iv) identificação de expressão de emoções e sentimentos, e (v) características temporais (tempo médio de produção de *tweets*).

¹⁴¹ HELBING, Dirk. POURNARAS, Evangelos. Society: Build digital democracy. Nature, Vol 527, pp. 33–34. Disponível em: < <https://www.nature.com/news/society-build-digital-democracy-1.18690>>. Acesso em: 2.11.2018.

¹⁴² RUEDIGER, Marco Aurélio. *Robôs, redes sociais e política no Brasil: estudo sobre interferências ilegítimas no debate público na web, riscos à democracia e processo eleitoral de 2018*. Rio de Janeiro: FGV, DAPP, 2017. p. 15.

A internet se tornou a arena mais decisiva da disputa político-eleitoral. Nesse contexto, cada novo mecanismo tecnológico otimizador da comunicação e da distribuição de informação que surge nesse ambiente é também colocado a serviço do debate político, com o fito de alcançar e persuadir mais pessoas. Afinal, artifícios de persuasão são naturais e saudáveis na competição eleitoral, a qual deve acompanhar a evolução dos meios de comunicação e das relações sociais.

O problema está quando esses instrumentos são utilizados como armadilhas digitais para enganar toda uma coletividade, criar falsos sentidos de realidade e promover uma desinformação propositiva com a finalidade de manipular ideias e comportamentos dos cidadãos-eleitores. O uso dessas novas arquiteturas de rede no processo eleitoral, que é a gestação do governo representativo, em vez de tornarem mais eficientes o processo democrático, por permitirem uma maior participação do eleitor, transgride a esfera de autonomia dos cidadãos, suas liberdades de escolha e de informação, comprometendo todo o princípio democrático.

O combate a essas práticas deve ser feito de forma a melhor garantir a liberdade de expressão. A luta contra a desinformação deve ser feita com informação. No entanto, essa informação não deve ser uma luz que o Estado leva aos seus cidadãos. Mas sim o conhecimento construída coletivamente, a partir de um debate dialógico livre, com contradição de ideias e pensamentos. Mesmo que parece uma sugestão ingênua, deve-se, assim, buscar a melhor face da internet, a face democratizadora do direito à liberdade de expressão, para enfrentar os desafios impostos na nova era.

3 NOVOS CONFLITOS NAS ELEIÇÕES GERAIS DE 2018

3.1 As Eleições Gerais de 2018

Os brasileiros chegaram em outubro de 2018 com as emoções exacerbadas. O forte clima de polarização se traduziu em debates fervorosos e por vezes violentos durante as semanas que antecederam os dois turnos eleitorais. Afinal, num pleito que se deu após um dramático processo de *impeachment* presidencial e na vigência do governo de um presidente interino que chegou a alcançar o maior nível de rejeição desde a redemocratização do país¹⁴³, seria normal que assim o fosse.

Contribuíram para sentimentos de indignação a crise econômica que assolou o país desde 2014, a qual quase dobrou a taxa de desemprego¹⁴⁴, aliada aos escândalos de corrupção investigados pela operação Lava Jato¹⁴⁵, que provocaram a total instabilidade do sistema político brasileiro. Ademais, os ânimos ficaram especialmente exaltados com a prisão do ex-Presidente da República Luís Inácio Lula da Silva¹⁴⁶ por crimes de corrupção e lavagem de dinheiro, acentuando ainda mais a polarização política do país.

Marca-se, então, um cenário de desconfiança generalizada nas instituições públicas tradicionais¹⁴⁷. O vazio deixado pela erosão dessas instituições passou a ser um terreno fértil para o nascimento de um populismo nacionalista feito sob medida para a era da Internet. A análise é do Professor Nathaniel Persily sobre os processos políticos dos Estados Unidos que culminaram na eleição de Donald Trump¹⁴⁸, mas pode ser aplicada também ao cenário brasileiro recente.

¹⁴³ Reprovação aumenta e torna Temer o presidente mais impopular da história. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/06/reprovacao-aumenta-e-torna-temer-o-presidente-mais-impopular-da-historia.shtml>>. Acesso em: 2.11.2018.

¹⁴⁴ Crise quase dobrou o número de desempregados no Brasil. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/crise-quase-dobrou-numero-de-desempregados-no-brasil-22348569>>. Acesso em: 2.11.2018.

¹⁴⁵ A operação Lava Jato é a maior investigação de corrupção e lavagem de dinheiro que o Brasil já teve. Estima-se que o volume de recursos desviados dos cofres da Petrobras, maior estatal do país, esteja na casa de bilhões de reais. A operação já teve mais de uma centena de envolvidos condenados por crimes de corrupção, e algumas dezenas de presos.

¹⁴⁶ Lula se entrega à PF e é preso para cumprir pena por corrupção e lavagem de dinheiro. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/lula-se-entrega-a-pf-para-cumprir-pena-por-corrupcao-e-lavagem-de-dinheiro.ghtml>>. Acesso em: 2.11.2018.

¹⁴⁷ 62% dos brasileiros não acreditam nas instituições do país, diz pesquisa. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/blog/thais-heredia/post/62-dos-brasileiros-nao-acreditam-nas-instituicoes-do-pais-diz-pesquisa.html>>. Acesso em: 2.11.2018.

¹⁴⁸ PERSILY, Nathaniel. *The 2016 U.S. Election: Can democracy survive the internet?* In: *Journal of Democracy*. Vol. 28, nº2, pp. 63-76. Abril, 2017.

Segundo o professor, essa parece ser uma tendência mundial que pode ser vista na ascensão do Movimento Cinco Estrelas na Itália¹⁴⁹, do Partido Pirata na Islândia¹⁵⁰, e do próprio Donald Trump nos Estados Unidos¹⁵¹, dentre outros casos, que são marcados pela profunda desconfiança e insatisfação com instituições tradicionais, a hegemonia das mídias sociais e um cenário de desinformação crescente, sinalizando a era da pós-verdade.

O enfraquecimento do poder e confiança de partidos tradicionais no Brasil foi evidenciado pela superação da dicotomia Partido dos Trabalhadores (PT) e Partido da Social Democracia do Brasil (PSDB) que imperava nas disputas presidenciais desde 1994¹⁵². Segundo a fala do Diretor do DAPP/FGV, Marco Aurélio Ruediger, no seminário “*Candidates, Voters, and Bots: The Forces at Play in the October 2018 Brazilian Elections*”¹⁵³, essa fragmentação dos polos políticos é diretamente ligada ao amplo uso das redes digitais, que alteram a configuração tradicional binária da política e as variáveis de influência no eleitor.

A transformação no tabuleiro até então comandado por petistas e tucanos favoreceu a entrada de novos *players* na corrida presidencial, como foi o caso do candidato Jair Bolsonaro, o presidente eleito no pleito. Seguindo a nova onda mundial, o ex-deputado federal foi impulsionado pela sua popularidade nas redes sociais e já entrou na liderança da competição pelo Palácio do Planalto. Filiado ao pequeno Partido Social Liberal, o candidato

¹⁴⁹ O Movimento Cinco estrelas é um movimento fundado em 2009 na Itália, em meio à crise do Euro, apoiado num desencanto com a classe política do país e numa forte presença nas redes sociais. O partido se declara “*anti-establishment*” e tem por finalidade deslocar partidos tradicionais e colocar cidadãos comuns no poder, estabelecendo uma democracia direta através da internet. É associado ao clima de decomposição política e exaustão que domina a Itália. O partido possui hoje 45 prefeituras, 15 eurodeputados, 92 deputados nacionais, 36 senadores e 1.700 vereadores. Fontes: <<https://www.nexojournal.com.br/expresso/2016/06/26/O-que-a-vitoria-na-Italia-de-um-nao-partido-revela-sobre-a-pol%C3%ADtica-atual>> e <https://brasil.elpais.com/brasil/2018/02/19/internacional/1519044183_420082.html>.

¹⁵⁰ O Partido Pirata na Islândia é uma filial do Partido Pirata Internacional, com presença em 68 países, que surgiu em 2012, após o dramático processo de falência da Islândia. Liderados por uma ex porta-voz do WikiLeaks, Birgitta Jonsdottir, defendem uma maior privacidade dos usuários na rede e para poder cobrar mais direitos – e acesso livre – frente às restrições que acarretam os direitos do autor na Internet. Além disso, são áduos defensores da transparência –especialmente nas contas públicas– e da democracia direta. Nas eleições de 2016, o partido se tornou a segunda maior bancada do legislativo do país. Fontes: <https://brasil.elpais.com/brasil/2016/10/28/internacional/1477681837_962505.html> e <<https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/afp/2016/10/29/coalizacao-liderada-por-partido-pirata-consegue-maioria-na-islandia.htm>>.

¹⁵¹ PERSILY, Nathaniel. *The 2016 U.S. Election: Can democracy survive the internet?* In: *Journal of Democracy*. Vol. 28, nº2, pp. 63-76. Abril, 2017.

¹⁵² PT x PSDB: o fim de uma era? Disponível em: <<https://www.uol/eleicoes/especiais/pt-psdb-eleicoes-2018-polarizacao-partido-ganha-perde.htm>>. Acesso em: 2.11.2018.

¹⁵³ Disponível em: <<http://dapp.fgv.br/diretor-da-fgv-dapp-apresenta-analise-no-brasil-institute-sobre-impacto-das-redes-sociais-e-da-desinformacao-nas-eleicoes/>>. Acesso em: 2.11.2018.

teve apenas oito segundos diários no horário eleitoral gratuito¹⁵⁴, mas contava com um ativo fundamental e decisivo nas novas campanhas em rede: uma relevante e consolidada comunidade virtual de apoiadores.

Embora já tivesse sido deputado por cinco mandatos, Bolsonaro foi anunciado como *outsider* e incorporou um forte discurso anticorrupção e antipetista em sua campanha, a qual foi promovida predominantemente nos espaços virtuais¹⁵⁵. Suas principais armas foram uma conta no *Twitter* e um exército de seguidores convictos e apaixonados. Nessa rede social, o candidato interagiu diretamente com o eleitorado, além de ocasionalmente discutir com opositores e lançar falas incendiárias. Isso imprimiu autenticidade à campanha, bem como a noção de um candidato próximo que fala a língua do seu eleitor.

A sua notoriedade na rede foi tal que os assuntos de seus *tweets* viravam ordem do dia nos noticiários e debates públicos, e suas declarações, por vezes polêmicas, eram comentadas, apoiadas ou refutadas pelos outros candidatos, tornando-as pautas da agenda política de campanhas. Nesse sentido, sua estratégia de atuação na *web* correspondeu com sucesso à lógica das novas estruturas de rede, segundo a qual “ganha quem engaja mais”.

Pesquisa do DAPP/FGV que acompanhou as interações nas redes no período eleitoral demonstram que, dentre os candidatos à presidência, Jair Bolsonaro ficou em primeiro lugar em número de menções totais no *Twitter*, com o total de 84.652.862 citações, quase o quádruplo do número de menções do segundo colocado, Fernando Haddad (PT)¹⁵⁶. No *Facebook*, o candidato do PSL também liderou no volume de engajamento (comentários, compartilhamento e reações), alcançando o número de 76.816.200 interações, mais do que o dobro de Fernando Haddad¹⁵⁷.

Nesse estudo, apenas no período oficial de campanhas, foram analisados mais de 110 milhões de publicações no *Twitter* a respeito do pleito, e mais de 140 milhões de interações no *Facebook* sobre o assunto. Percebe-se, então, que as Eleições Gerais de 2018 foram as eleições de maior impacto digital até então ocorridas no país, pela centralidade sem precedentes que o ambiente virtual ganhou na competição. A internet foi efetivamente o espaço determinante da disputa eleitoral.

¹⁵⁴ Bolsonaro terá 8 segundos de tempo de TV; Alckmin, 5 minutos. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/politica/bolsonaro-tera-8-segundos-de-tempo-de-tv-alckmin-5-minutos/>>. Acesso em: 2.11.2018.

¹⁵⁵ Bolsonaro mudou lógica de fazer campanha no Brasil. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/noticias/brasil/politica/bolsonaro-mudou-logica-de-fazer-campanha-no-brasil,5ee43576fb99577a8e635aa1d18fa41atpch8519.html>>. Acesso em: 2.11.2018.

¹⁵⁶ Disponível em: <<https://observa2018.com.br/posts/debate-sobre-eleicoes-gera-mais-de-130-milhoes-de-tuites-e-de-160-milhoes-de-interacoes-no-facebook-em-tres-meses/>>. Acesso em: 2.11.2018.

¹⁵⁷ *Idem*.

A nova preponderância das redes digitais no processo eleitoral passa a ser preocupação número um no sistema democrático. A multiplicidade de formas de transmitir e receber conteúdos das novas redes digitais e os desafios que elas apresentam tornaram necessário um novo tratamento às campanhas eleitorais nesses ambientes, a fim de se controlar os possíveis danos ao debate democrático e garantir a liberdade de expressão. Muitos foram os esforços do poder público no sentido de regular a propaganda eleitoral na internet, tendo a Justiça Eleitoral papel central no desenho dos seus limites.

3.2 As regras do uso da internet nas campanhas eleitorais

A sociedade em rede se transforma diariamente. As constantes mudanças nas redes digitais refletem no cotidiano das pessoas e nas organizações sociais. Como essas transformações podem colocar em risco direitos fundamentais, o Direito tenta, dentro de seus limites, regular essas novas relações humanas no sentido de proteger os indivíduos contra abusos e garantir a realização dos princípios e regras da ordem constitucional.

De início, uma regulamentação do espaço digital deve buscar o mínimo de interferência possível na esfera da liberdade de expressão dos usuários. Isso porque as liberdades comunicativas são requisitos sem os quais a democracia não é realizada. Garantir a liberdade de expressão e informação é prioridade do Estado Democrático de Direito, de forma que ela possui uma *posição preferencial* no ordenamento jurídico brasileiro. Assim, esse direito, embora não seja absoluto, tem um peso axiológico maior numa sociedade democrática, que deve dispor de instrumentos para reforçar a sua proteção¹⁵⁸. A liberdade de expressão, portanto, é a regra. Sua restrição deve ser excepcional e fundamentada em um rígido juízo de ponderação e proporcionalidade¹⁵⁹.

Por isso, a normatização das relações sociais nas redes deve visar à realização de uma arquitetura de rede neutra baseada na liberdade, comunicação e conexão, e não controlada pela lógica de mercado¹⁶⁰. Por isso, defende-se que essa regulamentação deve contar com a participação da sociedade civil, que efetivamente vive a internet, de forma a se alcançar uma

¹⁵⁸ OSORIO, Aline. *Direito eleitoral e liberdade de expressão*. Belo Horizonte: Fórum, 2017. p. 92

¹⁵⁹ *Idem*, p. 93.

¹⁶⁰ NEISSER, Fernando; BERNADELLI, Paula; MACHADO, Raquel. *A mentira no ambiente digital: impactos eleitorais e possibilidades de controle*. In: Tratado de Direito Eleitoral Volume 4 - Propaganda Eleitoral. FUX, Luiz; PEREIRA, Luiz Fernando Casagrande; AGRA, Walber de Moura (coord.); PECCININ, Luiz Eduardo (org.). Belo Horizonte: Forum, 2018.

maior democratização dos espaços digitais, e deve focar “na formação de redes de ideias, construção de inteligência coletiva e diversificação do discurso, do que em eventuais excessos de vigilância e combate aos delitos virtuais”¹⁶¹.

O Brasil foi o primeiro país a construir uma normatização geral da internet seguindo essa lógica: o chamado Marco Civil da Internet¹⁶², que estabeleceu os princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil e determina as diretrizes para atuação da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios em relação à matéria. Já em seu art. 2º, o diploma declara que a disciplina do uso da internet no Brasil tem como fundamento o respeito à liberdade de expressão, os direitos humanos, o desenvolvimento da personalidade e o exercício da cidadania em meios digitais, assim como a pluralidade e a diversidade. Além disso, consagra em seu art. 3º como princípios da disciplina do uso da internet no Brasil a garantia da liberdade de expressão, comunicação e manifestação de pensamento, nos termos da Constituição Federal.

Com o crescente uso das novas tecnologias nas disputas políticas, o poder legislativo também se ocupou das novas relações e arranjos comunicacionais que surgiram no âmbito político-eleitoral. Em 2009, acrescentou-se à Lei nº 9.504/1997 (Lei das Eleições) os arts. 57-A a 57-I, permitindo a propaganda eleitoral na internet. De lá para cá, os dispositivos passaram por algumas reformas¹⁶³ na tentativa de acompanhar as transformações constantes que ocorrem na Era Digital. Ademais, a cada eleição, o Tribunal Superior Eleitoral edita resoluções para disciplinar a aplicação das leis gerais no pleito, atualizando o regramento às novas circunstâncias e relações jurídicas. Nas eleições de 2018, a Resolução/TSE nº 23.551, de 18 de dezembro de 2017, regulamentou a propaganda eleitoral na internet.

Segundo o art. 57-B da Lei das Eleições, é permitida a propaganda eleitoral na internet realizada:

- I – em sítio do candidato, com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral e hospedado, direta ou indiretamente, em provedor de serviço de Internet estabelecido no país;
- II – em sítio do partido ou da coligação, com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral e hospedado, direta ou indiretamente, em provedor de serviço de Internet estabelecido no país;

¹⁶¹ NEISSER, Fernando; BERNADELLI, Paula; MACHADO, Raquel. *A mentira no ambiente digital: impactos eleitorais e possibilidades de controle*. In: Tratado de Direito Eleitoral Volume 4 - Propaganda Eleitoral. FUX, Luiz; PEREIRA, Luiz Fernando Casagrande; AGRA, Walber de Moura (coord.); PECCININ, Luiz Eduardo (org.). Belo Horizonte: Forum, 2018.

¹⁶² Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014. Ementa: Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil.

¹⁶³ As reformas foram promovidas pelas Leis 12.891/2013, 13.165/2015 e 13.488/2017.

- III – por meio de mensagem eletrônica para endereços cadastrados gratuitamente pelo candidato, partido ou coligação;
- IV – por meio de blogs, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas e aplicações de Internet assemelhadas cujo conteúdo seja gerado ou editado por:
 - a) candidatos, partidos ou coligações; ou
 - b) qualquer pessoa natural, desde que não contrate impulsionamento de conteúdos.

De outro lado, a Lei veda, sob pena de multa: qualquer tipo de propaganda eleitoral paga nas redes digitais (art. 57-C, *caput*); a propaganda eleitoral em *sites* de pessoas jurídicas, com ou sem fins lucrativos (art. 57-C, § 1º, I); a propaganda eleitoral em *sites* oficiais ou hospedados por órgãos da administração pública (da União, dos estados, do Distrito Federal e dos municípios) (art. 57-C, § 1º, II); a venda de cadastro de endereços eletrônicos em favor de candidatos, partidos ou coligações (art. 57-E, *caput*); e a atribuição indevida de autoria de propaganda a outros candidatos, partidos e coligações (art. 57-H, *caput*).

A norma se preocupa em reafirmar expressamente, em seu art. 57-D, o direito à livre manifestação do pensamento por meio da rede mundial de computadores, vedando o anonimato durante a campanha eleitoral e assegurando o direito de resposta nos casos em que se fizer necessário nos termos da lei. A liberdade de expressão só pode ser restringida se ocorrer “ofensa à honra de terceiros ou divulgação de fatos sabidamente inverídicos”, nos exatos termos do art. 22, § 1º, da Res./TSE nº 23.551/2017.

A exceção à regra da liberdade comunicativa também pode se operar antes do início oficial das campanhas eleitorais (16 de agosto) sobre manifestações que descumpram o § 1º, “ainda que delas conste mensagem de apoio ou crítica a partido político ou candidato, próprias do debate político democrático” (art. 22, § 2º, Res./TSE 23.551/2017). Assim, observados esses limites, a manifestação espontânea na internet de pessoas naturais em matéria político-eleitoral, mesmo que sob a forma de elogio ou crítica a candidato ou partido político, não é considerada propaganda eleitoral (art. 23, § 6º, Res./TSE 23.551/2017).

O art. 33 da Resolução reforça que as restrições à liberdade de expressão devem ser realizadas com a menor interferência possível no debate democrático. As determinações judiciais de remoção de conteúdo divulgado na internet são limitadas às hipóteses em que, mediante decisão fundamentada, sejam constatadas violações às regras eleitorais ou ofensas a direitos de pessoas que participam do processo eleitoral.

A ordem judicial de retirada de conteúdo deve conter a URL (*Uniform Resource Locator*)¹⁶⁴ da página, que é o seu endereço específico, e fixar prazo razoável para os provedores de internet promoverem a exclusão (art. 33, § 3º). Aplicam-se ao provedor de conteúdo e de serviços multimídia que hospeda a divulgação da propaganda eleitoral de candidato, de partido ou de coligação as penalidades previstas nesta Lei, se, no prazo determinado pela Justiça Eleitoral, contado a partir da notificação de decisão sobre a existência de propaganda irregular, não tomar providências para a cessação dessa divulgação (art. 57-F, da Lei 9.504/1997).

Além disso, o provedor responsável pela guarda somente será obrigado a disponibilizar os registros de acesso a aplicações de internet, de forma autônoma ou associados a dados cadastrais, dados pessoais ou a outras informações disponíveis que possam contribuir para a identificação do usuário, mediante ordem judicial fundada, segundo o art. 34, Res./TSE nº 23.551/2017. O fornecimento de dados também pode ser realizado mediante requerimento fundado em indícios da ocorrência do ilícito de natureza eleitoral, justificativa motivada da utilidade dos dados solicitados para fins de investigação ou instrução probatória e o período específico ao qual se referem os registros, conforme o art. 35 da mesma Resolução.

A principal inovação incorporada ao regramento de propaganda eleitoral na internet para as eleições de 2018 é a possibilidade do impulsionamento de conteúdo eleitoral. Trata-se da contratação direta com as plataformas de mídias sociais, como o *Facebook* e o *Instagram*, para impulsionar o alcance de publicações de cunho eleitoral veiculadas por partidos, coligações, candidatos ou seus representantes. Também é considerado impulsionamento a contratação de ferramentas de busca para ter prioridade nos resultados de pesquisas, ou seja, a compra de palavras-chave nos buscadores como *Google* e *Bing*.

Nos termos do art. 57-C, da Lei das Eleições, para ser promovido, o impulsionamento de conteúdo eleitoral deve ser identificado inequivocamente como tal. A Resolução nº 23.551/2017 do TSE prescreve que o conteúdo deve conter, de forma clara e legível, o número de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) ou o número de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) do contratante, além de etiqueta com a expressão “Propaganda Eleitoral”.

¹⁶⁴ Cada conteúdo da Internet possui um endereço eletrônico próprio (uma combinação única de letras, número e/ou caracteres) denominado *Uniform Resource Locator*. (Fonte: Manual de Localização e Especificação de Conteúdo no *Facebook*, impresso).

A possibilidade de impulsionar o alcance de *posts* com conteúdo eleitoral em espaços digitais sociais permite que candidatos consigam ultrapassar as bolhas digitais formadas pelas novas arquiteturas de rede e atingir outros públicos que não alcançariam facilmente. Isso pode beneficiar candidaturas menores e com menos recursos, tendo em vista os baixos preços para patrocinar conteúdos em redes sociais.

Esse “empurrão” das publicações de cunho eleitoral nas redes sociais pode ser feito mediante a segmentação do público em grupos, de acordo com região, gênero, idade, para citar alguns, permitindo a adequação da mensagem transmitida aos segmentos destinatários. Dessa forma, a legislação eleitoral se insere na nova economia das redes, permitindo a captação de dados para o microdirecionamento de conteúdos e maior efetividade à publicidade eleitoral. Esse novo empreendimento, no entanto, pode vir atrelado aos desafios e riscos de desinformação considerados no capítulo anterior.

Nesse sentido, destacam-se aqui regras importantes que visam lidar com a desinformação nas campanhas eleitorais. A primeira delas é o art. 57-B, § 2º, da Lei 9.504/1997, que combate os chamados perfis falsos, ao proibir o a veiculação de conteúdos de cunho eleitoral mediante cadastro de usuário de aplicação de internet com a intenção de falsear identidade. A outra é o § 3º do art. 57-C da mesma lei, que permite a realização do impulsionamento de conteúdo eleitoral apenas por meio das ferramentas disponibilizadas pelos próprios provedores de aplicação diretamente contratados, como o *Facebook* e o *Google*, proibindo que sejam utilizados instrumentos ou programas paralelos, como os *social bots*, que podem distorcer a repercussão dos conteúdos.

Por fim, a regra impressa no art. 57-C, § 3º, do mesmo diploma, somente permitiu a contratação do impulsionamento de conteúdo eleitoral para promover ou beneficiar candidatos ou suas agremiações. Fica proibido, assim, patrocinar conteúdos que advogam contra candidaturas. Ademais, constitui crime a contratação direta ou indireta de grupo de pessoas com a finalidade específica de emitir mensagens ou comentários na internet para ofender a honra ou macular a imagem de candidato, partido ou coligação, nos termos do art. 57-H, § 1º.

Esses dispositivos registram a preocupação do legislador em controlar práticas que provocam a desinformação e o desequilíbrio do pleito eleitoral. No entanto, essa regulamentação não é suficiente para frear a avalanche de informações potencialmente desleais ao debate público que percorre rapidamente na estrutura da *web* todos os dias. É impossível identificar todos os estímulos que podem ser destrutivos para a democracia. O

ambiente das redes, com sua velocidade, amplitude e hiperconectividade, é refratário a qualquer atividade de controle tradicional rígido, como o direito.

Partindo do pressuposto que essa limitação sempre vai existir, não se pode esperar um controle jurisdicional pleno sobre o fluxo de informações. O enfrentamento dos novos desafios descortinados pela era da internet deve ser um esforço conjunto e integrado de todos os setores da sociedade, como as empresas de tecnologia, os candidatos, os cidadãos e o poder público. O legislador atribuiu ao Tribunal Superior Eleitoral a importante incumbência de promover “para os veículos, partidos e demais entidades interessadas, a formulação e a ampla divulgação de regras de boas práticas relativas a campanhas eleitorais na internet”, nos termos do art. 57-J da Lei das Eleições, com vistas a proteger os direitos fundamentais e a realização do debate democrático saudável.

3.3 O protagonismo do Tribunal Superior Eleitoral na intermediação dos conflitos

3.3.1 Formulação de boas práticas nas campanhas eleitorais na internet

O Tribunal Superior Eleitoral é o órgão de cúpula da Justiça Eleitoral e exerce papel fundamental na construção e no exercício da democracia brasileira. Este órgão acumula, dentre outras, a função jurisdicional de intermediar os conflitos da seara eleitoral e a função administrativa de realizar o processo eleitoral. Em última instância, seu papel é de guardião da democracia, devendo promover medidas para proteger a higidez e o bom funcionamento do processo eleitoral.

Nesse sentido, e tendo em vista o seu dever de promover, formular e divulgar regras de boas práticas relativas a campanhas eleitorais na internet, o Tribunal tomou uma série de medidas visando estudar e minimizar os impactos negativos dos novos arranjos comunicacionais da internet nas disputas eleitorais. Com os alarmes disparados em especial pelas experiências das eleições presidenciais nos Estados Unidos e do plebiscito sobre a saída do Reino Unido da União Europeia, o Tribunal buscou se preparar para lidar com as dificuldades da desinformação.

De início, destacam-se esforços acadêmicos no sentido de estudar os principais desafios da nova sociedade informacional para as eleições. Nesse sentido, o Tribunal promoveu diversos eventos com a presença de instituições públicas e organizações da

sociedade civil para pensar e discutir o impacto das novas tecnologias nas discussões públicas e no processo eleitoral, como foi o caso do Fórum Internet e Eleições¹⁶⁵, os painéis “*Chatbots: os Desafios da Interação Homem-Máquina*”¹⁶⁶, e “Propaganda Eleitoral na internet: redes sociais e impulsionamento de conteúdo”¹⁶⁷, dentre tantos outros.

Ainda no ano anterior ao pleito, foram criados Grupos de Trabalho para combater a disseminação de “*fake news*” nas eleições de 2018, junto do Ministério da Defesa, da Polícia Federal, do Comitê Gestor da Internet (CGI) e da Agência Nacional de Inteligência Brasileira (ABIN)¹⁶⁸. Seus principais objetivos eram analisar medidas de segurança a serem adotadas para garantir a liberdade de voto dos eleitores.

Além disso, foi instituído o Conselho Consultivo sobre Internet e Eleições¹⁶⁹, órgão multi-institucional formado por representantes da presidência e da vice-presidência do TSE, da Assessoria de Comunicação do TSE, do Ministério Público Eleitoral, do Ministério da Defesa, do Ministério da Justiça, do Departamento de Polícia Federal, da Agência Brasileira de Inteligência, do Comitê Gestor da Internet, do Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações, da SaferNet Brasil, da Fundação Getúlio Vargas e do Conselho de Comunicação Social do Congresso Nacional. Instituído pela Portaria nº 949, de 07 de dezembro deste ano, o Conselho tem como atribuições: desenvolver pesquisas e estudos sobre as regras eleitorais e a influência da Internet nas eleições, em especial o risco das *fake news* e o uso de robôs na disseminação das informações; opinar sobre as matérias que lhe sejam submetidas pela Presidência do TSE; e propor ações e metas voltadas ao aperfeiçoamento das normas.

O Conselho teve uma atuação muito importante nos meses que antecederam o pleito para a aproximação entre o Tribunal e os principais atores envolvidos na problemática: partidos políticos, empresas de tecnologia e de marketing político, companhias de *fact*

¹⁶⁵ TSE discute fake news, big data e robôs, tecnologias que devem impactar eleições. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2017-12/tse-discute-fake-news-big-data-e-robos-tecnologias-que-devem-impactar>>. Acesso em: 2.11.2018.

¹⁶⁶ Evento realizado no TSE aborda os desafios da interação homem-máquina. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2018/Agosto/evento-realizado-no-tse-aborda-os-desafios-da-interacao-homem-maquina>>. Acesso em: 2.11.2018.

¹⁶⁷ Juristas e representantes das redes sociais debatem propaganda eleitoral na internet em evento da EJE/TSE. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2018/Abril/juristas-e-representantes-das-redes-sociais-debatem-propaganda-eleitoral-na-internet-em-evento-da-eje-tse>>. Acesso em: 2.11.2018.

¹⁶⁸ Grupos de Trabalho estudarão medidas de segurança para as Eleições 2018. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2017/Outubro/grupos-de-trabalho-estudarao-medidas-de-seguranca-para-as-eleicoes-2018>>. Acesso em: 2.11.2018.

¹⁶⁹ Conselho Consultivo sobre Internet e Eleições se reúne no TSE. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2017/Dezembro/conselho-consultivo-sobre-internet-e-eleicoes-se-reune-no-tse>>. Acesso em: 2.11.2018.

checking e membros da sociedade civil. Uma de suas principais atuações foi a assinatura do acordo¹⁷⁰ para a manutenção de um ambiente eleitoral imune à disseminação de notícias falsas nas Eleições Gerais de 2018; o acordo foi assinado por 31 partidos políticos. No trato, os signatários se comprometeram “a manter o ambiente de hígidez informacional, de sorte a reprovar qualquer prática ou expediente referente à utilização de conteúdo falso no próximo pleito”.

O Conselho Consultivo também firmou um pacto de combate às “*fake news*” com mídias sociais e associações de empresas de comunicação¹⁷¹. Assim, importantes plataformas comunicacionais da *web*, como *Google* e *Facebook*, se comprometeram a refrear a desinformação e a promover projetos de educação digital e promoção de um jornalismo de qualidade. Assinaram também a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), Associação de Jornais (ANJ) e Associação Nacional de Editores de Revista (Aner), que se comprometeram a contribuir com produção, pelas empresas do setor, de notícias que permitam ao eleitor checar a veracidade das informações de fontes não confiáveis.

Ademais, Corte Superior Eleitoral procurou realizar um trabalho combativo o mais próximo e transparente possível dos eleitores. No cumprimento de sua incumbência educacional, lançou cartilhas e vídeos pedagógicos sobre o consumo crítico de mídias, alertando a sociedade sobre a presença de mecanismos que têm por finalidade promover a desinformação e notícias falsas. Durante as campanhas para o segundo turno, inclusive, o Tribunal lançou em seu *site* uma página para ajudar a esclarecer o eleitorado brasileiro acerca das principais informações falsas e falaciosas que foram identificadas nas redes sociais no período eleitoral, adotando a posição segundo a qual a melhor maneira de enfrentar a desinformação é “a divulgação de informações corretas, apuradas com rigor e seriedade”¹⁷².

Entendendo que o enfrentamento dos desafios informacionais surgidos com as novas tecnologias é um esforço conjunto, a Justiça Eleitoral também desenvolveu uma versão mais acessível e interativa do aplicativo “Pardal”¹⁷³ para as eleições de 2018. Essa ferramenta

¹⁷⁰ Eleições 2018: acordo para não proliferação de notícias falsas conta com assinatura de 28 partidos. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2018/Julho/eleicoes-2018-acordo-para-nao-proliferao-de-noticias-falsas-conta-com-assinatura-de-28-partidos>>. Acesso em: 2.11.2018.

¹⁷¹ TSE faz pacto de combate a 'fake news' com mídias sociais e associações de empresas de comunicação. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/tse-faz-pacto-de-combate-a-fake-news-com-midias-sociais-e-assocacoes-de-empresas-de-comunicacao.ghtml>>. Acesso em: 2.11.2018.

¹⁷² Fake News: TSE lança página para esclarecer eleitores. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2018/Outubro/fake-news-tse-lanca-pagina-para-esclarecer-eleitores-sobre-a-verdade>>. Acesso em: 2.11.2018.

¹⁷³ Eleições 2018: aplicativo Pardal permite a eleitor fiscalizar e denunciar infrações na campanha eleitoral. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2018/Agosto/eleicoes-2018-aplicativo-pardal-permite-a-eleitor-fiscalizar-e-denunciar-infracoes-na-campanha-eleitoral>>. Acesso em: 2.11.2018.

permite que os eleitores denunciem infrações que encontrarem no ambiente informacional durante os períodos de campanhas eleitorais, atuando também como fiscais da eleição e importantes atores no combate à desinformação e à corrupção eleitoral. Em um mês, o aplicativo registrou mais de 10 mil denúncias de irregularidades eleitorais pela sociedade civil¹⁷⁴.

Essa atuação da Justiça Eleitoral foi certamente das mais importantes na lida com as novas problemáticas da sociedade em rede. Com efeito, esse trabalho deve ser um esforço conjunto de todos os segmentos da sociedade, em razão das dificuldades técnicas que o novo espaço público apresenta. A aproximação dos principais atores da comunicação política na Era Digital que foi buscada pelo TSE é essencial para combater essas dificuldades. Outra medida indispensável é a promoção da conscientização da sociedade como um todo a respeito de um consumo consciente de mídias e informações, afinal, como já reiterado aqui, só se combate desinformação com mais informação.

3.3.2 A atuação jurisdicional

Como dito, o controle judicial dos rápidos e multidirecionados vetores da sociedade informacional é limitado e insuficiente. Como é intrínseco à sua substância, a função jurisdicional do Tribunal Superior Eleitoral só é exercida quando acionada, em caráter repressivo. Os limites dessa atuação também se guiam pela proteção da liberdade de expressão no debate democrático, de modo a evitar qualquer censura às manifestações políticas.

Existem correntes de pensadores terminantemente contra a possibilidade de remoção, pela Justiça Eleitoral, de conteúdos divulgados nas redes, ou em quaisquer veículos de comunicação. Segundo essa perspectiva, o problema está na proteção excessiva do ordenamento jurídico eleitoral da “honra” e da “reputação” dos políticos e candidatos. Isso porque, frequentemente, críticas e opiniões negativas, e até charges e sátiras¹⁷⁵, podem ser caracterizadas como danos à honra e à reputação¹⁷⁶. Resulta-se disso a enorme quantidade de ações judiciais ajuizadas no período eleitoral.

¹⁷⁴ Aplicativo Pardal registra mais de 10 mil denúncias em um mês. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2018/Setembro/aplicativo-pardal-registra-quase-10-mil-denuncias-em-um-mes>>. Acesso em: 2.11.2018.

¹⁷⁵ O Supremo Tribunal Federal, na ADI 4451, confirmou a inconstitucionalidade de dispositivo que previa a proibição de sátiras contra políticos durante as eleições, em 21.6.2018.

¹⁷⁶ OSORIO, Aline. *Direito eleitoral e liberdade de expressão*. Belo Horizonte: Fórum, 2017. p. 348

Referência dessa linha de pensamento, Aline Osorio afirma que

(...) a Justiça Eleitoral deve atuar apenas nos casos mais graves e sempre de forma excepcional. Nessas hipóteses, o dano injusto à reputação deve ser reparado preferencialmente por meio do direito de resposta, também assegurado na internet (art. 57-D, LE), e por outros mecanismos que não envolvam a retirada de conteúdo¹⁷⁷.

A autora defende que a prerrogativa de retirar conteúdos do ambiente informacional e aplicar multas aos responsáveis por irregularidades exerce um “poderoso efeito silenciador” do discurso democrático, levando os cidadãos a “não publicar manifestações políticas, com receio de responsabilização”. E mais. Como a Justiça Eleitoral não dá conta de controlar o gigante ambiente virtual e suas expressões, aquelas que chegam ao seu conhecimento são tratadas com muito mais rigidez, o que pode violar a paridade de armas entre competidores. Ou seja, por ser limitada em relação à quantidade de conteúdos, muitas vezes a justiça Eleitoral ultrapassa seus limites substanciais na prestação jurisdicional.

Esse posicionamento é aqui endossado com uma exceção. De fato, a exagerada proteção à honra e à reputação do candidato é equivocada e prejudicial ao debate democrático. A crítica é fundamental para a discussão política. O histórico dos candidatos deve ser transparente a todos e todas. As opiniões negativas devem ser recebidas e incentivadas, como parte da construção dos consensos e vontades. A honra de candidatos não deve ser o requisito para a atuação sobre a esfera de liberdade de expressão de forma alguma.

O problema que se vislumbra é a possibilidade de manifestações induzirem coletividades ao erro e viciarem suas escolhas. São os direitos fundamentais de liberdade de informação e escolha dos cidadãos que devem ser centrais para justificar a interferência judicial. Como foi considerado no capítulo anterior, a mentira e o comportamento tendenciosamente desleal fazem parte do jogo político. O que deve ser combatido são os conteúdos que provocam riscos graves de abalar o equilíbrio do processo eleitoral e a própria ideia de democracia.

Esses riscos são causados, por exemplo, pela desinformação generalizada provocada pela difusão de *fake news* e pelo impulsionamento de conteúdo por meio de *social bots*, que atingem toda uma coletividade, manipulando narrativas e forjando falsos consensos. São as (des)informações destrutivas¹⁷⁸, então, que devem ser combatidas. Isso não torna o desafio

¹⁷⁷ OSORIO, Aline. *Direito eleitoral e liberdade de expressão*. Belo Horizonte: Fórum, 2017. p. 349

¹⁷⁸ NEISSER, Fernando; BERNADELLI, Paula; MACHADO, Raquel. *A mentira no ambiente digital: impactos eleitorais e possibilidades de controle*. In: Tratado de Direito Eleitoral Volume 4 - Propaganda Eleitoral. FUX, Luiz; PEREIRA, Luiz Fernando Casagrande; AGRA, Walber de Moura (coord.); PECCININ, Luiz Eduardo (org.). Belo Horizonte: Forum, 2018.

dos operadores de direito eleitoral menos espinhoso, pois ainda é muito delicado diferenciar o que é uma mera opinião do que é uma mentira destrutiva. Além disso, não cabe à justiça eleitoral, ou a qualquer outra autoridade, o papel paternalista de dizer o que é a verdade.

Deve-se buscar ao máximo permitir que as mentiras que percorrem no espaço público sejam contestadas espontaneamente, ou então por meio da concessão do direito de resposta, numa forma de intervenção menos gravosa do debate político. No entanto, em casos excepcionais, a retirada de conteúdos da rede é sim necessária e efetiva, sendo esse o ponto de discordância com a linha teórica apresentada acima.

A remoção de conteúdos funciona como uma “contenção de danos”. É claro que um conteúdo enganoso que se tornou viral já concretizou o seu dano ao atingir uma pluralidade de pessoas e implantar ideias e discursos falsos nos espaços públicos. A rápida retirada do conteúdo, porém, impede que ele seja replicado para mais destinatários e produza um dano ainda maior. Reitera-se, porém, que essa deve ser uma medida excepcional, quando consegue se comprovar a ocorrência de dano a uma coletividade pela desinformação, cerceamento de liberdades de informação e de escolha. Essa restrição deve vir acompanhada de esclarecimentos ao público, como as matérias veiculadas no *site* do TSE, por exemplo, e transparência dos fundamentos da decisão.

O controle judicial da desinformação, portanto, é limitado e pouco efetivo diante das novas redes de comunicação. No entanto, existe sim uma esfera de atuação jurisdicional que pode controlar danos e procurar reestabelecer o equilíbrio do pleito. Ao ser acionada, ela deve buscar ser a mais rápida possível para analisar os riscos efetivos das manifestações impugnadas, para que possam remover do espaço público aquelas que causam danos graves ao debate democrático. Repete-se, a liberdade de expressão é valor axiologicamente maior num Estado Democrático, de forma que a sua restrição deve passar por um rígido escrutínio de proporcionalidade, adequação e necessidade, e um severo juízo de ponderação.

Conforme levantamento do próprio Tribunal Superior¹⁷⁹, nas eleições de 2018, a Corte recebeu 50 ações originárias sobre a questão das *fake news*, tendo respondido a 48 delas em uma média de dois dias, tempo razoável, considerando as limitações do poder judiciário. Esse quantitativo de processos representa 12% do total das demandas submetidas aos magistrados designados para atuar nas ações sobre propaganda eleitoral¹⁸⁰.

¹⁷⁹ TSE atuou com celeridade no julgamento de processos sobre fake news durante as Eleições 2018. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2018/Novembro/tse-atuou-com-celeridade-no-julgamento-de-processos-sobre-fake-news-durante-as-eleicoes-2018>>. Acesso em: 16.11.2018.

¹⁸⁰ No período eleitoral de 2018, os juízes auxiliares da propaganda foram: Min. Luís Felipe Salomão, Min. Sérgio Banhos e Min. Carlos Horbach.

Calculou-se que, de todas as representações envolvendo supostas notícias falsas, 16 foram providas, total ou parcialmente, em sede de tutela de urgência. Esse levantamento levou em consideração da primeira ação originária em que se fala de *fake news*, em 6 de junho de 2018, até os pedidos que chegaram à Corte na véspera do segundo turno das eleições, em 27 de outubro último.

Em sua atuação, o Tribunal buscou enfatizar a necessidade de intervenção mínima no debate político e na liberdade de expressão dos cidadãos e candidatos. A respeito disso, em importante decisão, cujos fundamentos foram replicados em diversos outros julgados sobre o tema, o Ministro Edson Fachin registrou que:

(...) é preciso reconhecer que a obrigação da Corte Eleitoral não deve ser a de indicar qual é o conteúdo verdadeiro, nem tutelar, de forma paternalista, a livre escolha do cidadão. Em uma sociedade democrática, são os cidadãos os primeiros responsáveis pela participação honesta e transparente no espaço público. **A Justiça Eleitoral não deve, portanto, atrair para si a função de *fact-checking* ou ainda realizar um controle excessivo (...)** Ademais, também deve-se ter em conta que a intenção de divulgar fatos sabidamente inverídicos para prejudicar o pleito eleitoral não pode ser presumida pela Corte Eleitoral. A crítica que infirma as informações falsas pressupõe a livre circulação de ideias e a sua confrontação pública¹⁸¹. (sem grifos no original).

Nesse sentido, o Tribunal reiterou entendimento segundo o qual a retirada de conteúdo só pode se dar se fundamentada na “transgressão comunicativa violadora de regra eleitoral ou ofensiva a direitos personalíssimos dos representantes”¹⁸².

Outro referencial que foi levado em conta é se foi estabelecido, no âmbito da própria rede social, o contraditório de ideias, por meio do qual as informações veiculadas são postas em xeque, submetendo-as ao soberano juízo crítico do eleitor. Assim, intervenções em debates nos quais estabelecido o contraditório caracterizariam atitude paternalista da Justiça Eleitoral, pressupondo a ausência de capacidade do eleitor para avaliar os conteúdos que lhe são apresentados¹⁸³. De fato, se o debate democrático já se estabeleceu no ambiente virtual, não há razão para a atuação corretiva do Estado, por meio de um provimento jurisdicional.

O critério da potencialidade lesiva das postagens cuja remoção se busca também foi considerado essencial para verificar a necessidade de remoção do conteúdo. Esse critério é a aptidão do conteúdo para desequilibrar o pleito eleitoral. Segundo o Ministro Carlos Horbach,

¹⁸¹ TSE, Rp nº 0601775-65.2018.6.00.0000, Rel. Ministro Luiz Edson Fachin, j. 21.10.2018.

¹⁸² TSE, Rp 0601806-85.2018.6.00.0000, Rel. Min. Luis Felipe Salomão, j. 26/10/2018; RP 0601842-30.2018.6.00.0000, Rel. Min. Luis Felipe Salomão, j. 28/10/2018.

¹⁸³ TSE, Rp 0601820-69.2018.6.00.0000, Pel. Min. Sergio Silveira Banhos, j. 25.10.2018.

Evidentemente, há de se considerar de modo distinto conteúdos veiculados em sítio com livre e grande acesso, em uma página de rede social com milhares de seguidores ou em um perfil pessoal com poucas conexões, cujo alcance orgânico é ínfimo, pois cada uma dessas possibilidades de divulgação de ideias na Internet tem potencial lesivo diferenciado¹⁸⁴.

Destacam-se aqui dois casos particulares para estudo. O primeiro deles é a Rp nº 0601646-60.2018.6.00.0000/DF¹⁸⁵, formalizada pela Coligação *O Povo Feliz de Novo* (PT, PCdoB e PROS) contra *Twitter* Brasil Rede de Informação Ltda.; *Facebook* Serviços Online do Brasil Ltda. E *Google* Brasil Internet Ltda., objetivando a retirada de 222 publicações na rede e a concessão de direito de resposta. Os representantes alegaram que as publicações veiculavam informações inverídicas, difamatórias e injuriantes.

O Ministro Carlos Horbach, relator, afirmou que foram examinadas todas as postagens questionadas, concluindo que a maioria expressava apenas opinião de eleitores sobre os candidatos da representada, reproduzindo matérias jornalísticas, fazendo especulações sobre as conexões políticas dos candidatos, relacionando documentos históricos a ideologia de partido ou crítica a mecanismos eletrônicos de votação. Esses conteúdos, afirma, “por óbvio, não se enquadram entre aqueles cuja remoção é autorizada pela legislação eleitoral, o que faria com que a eventual concessão da liminar pleiteada consubstanciasse inconstitucional ato de censura”.

O magistrado afirmou ainda que, como a internet é um espaço democrático por excelência, ela possibilita que se estabeleça o contraditório na própria plataforma que hospeda o conteúdo, no espaço reservado aos comentários, o que já se identificara ter sido feito nas publicações, esvaziando o potencial lesivo das postagens e recomendando a preservação da liberdade de expressão no âmbito da internet.

Por outro lado, o ministro identificou uma única postagem que se apresenta como inverídica e potencialmente lesiva à honra do candidato à Presidência da República da representante. Na publicação, o candidato Fernando Haddad (PT) foi associado ao planejamento de estratégia de desinformação contra seu adversário no processo eleitoral. Assim, em relação a este *post*, veiculado no *Facebook*, o magistrado deferiu o pedido liminar para determinar a remoção do conteúdo, bem como o fornecimento de dados do perfil responsável pela publicação.

Nesse caso, não parece que a retirada de conteúdos ocorreu de acordo com a ideia de mínima interferência da justiça eleitoral no debate público. Isso porque o relator não

¹⁸⁴ TSE, Rp 0601727-09.2018.6.00.0000/DF, Rel. Carlos Horbach, j. 17.10.2018.

¹⁸⁵ TSE, Rp 0601646-60.2018.6.00.0000/DF, Rel. Carlos Horbach, j. 11.10.2018.

fundamentou quais elementos formaram o seu convencimento de que a publicação seria inverídica. Esse tipo de decisão beira ao que se chamou de paternalismo, ou seja, a postura do Tribunal de dizer o que é verdade ou não. Assim, cerceou-se a liberdade de participação no debate público sem a devida fundamentação. Essa falta é grave pois, como dito, o direito de liberdade de expressão possui posição especial no ordenamento jurídico. Ele deve sempre ser a regra, e a exceção deve ser fundamentada por um minucioso juízo de proporcionalidade e ponderação.

O outro caso que se destaca é a Rp nº 0601699-41.2018.6.00.0000/DF¹⁸⁶, também ajuizada pela Coligação *O Povo Feliz de Novo* e por Fernando Haddad contra a Coligação *Brasil Acima de Tudo, Deus Acima de Todos*, assim como Jair Messias Bolsonaro, Flávio Nantes Bolsonaro, Carlos Nantes Bolsonaro, *Twitter Brasil Rede de Informações Ltda.*, *Facebook Serviços Online do Brasil Ltda.* e *Google Brasil Internet Ltda.*

Os representantes alegaram a veiculação pelos representados de manifestações sabidamente inverídicas de que o livro “Aparelho Sexual & Cia.” – da editora Seguinte, do Grupo Companhia das Letras – integraria o material a ser distribuído a escolas públicas no programa “Escola sem Homofobia”, desenvolvido pelo Ministério da Educação à época em que Fernando Haddad estava à frente da pasta. Afirmaram que o referido Ministério e a editora do livro já haviam se manifestado reiteradas vezes no sentido de que a obra nunca foi utilizada em tal programa, nem mesmo indicadas nas listas oficiais de material didático.

O relator, Ministro Carlos Horbach, entendeu que os fatos eram de fato sabidamente inverídicos, reconhecendo que já foram feitas manifestações públicas oficiais do órgão envolvido desmentindo a utilização do referido livro em algum de seus programas. Fundamentou o magistrado:

Nesse particular aspecto, o próprio Ministério da Educação já registrou, em diferentes oportunidades, que a publicação em questão não integra a base de livros didáticos distribuídos ou recomendados pelo Governo federal. Mais recentemente, ante a permanente polêmica suscitada nas redes sociais, o Ministério, por meio de comunicado publicado em dezembro de 2017, assentou que “as informações equivocadas presentes no vídeo, inclusive, repetem questão que tinha sido esclarecida anos atrás. Em 2013, o Ministério da Educação já havia respondido oficialmente à imprensa que ‘a informação sobre a suposta recomendação é equivocada e que o livro não consta no Programa Nacional do Livro Didático/PNLD e no Programa Nacional Biblioteca da Escola/PNBE’” (cf. <http://www.brasil.gov.br/noticias/educacao-e-ciencia/2016/01/mec-nao-distribuiu-nas-escolas-livro-de-educacao-sexual-citado-em-video-na-internet>).

¹⁸⁶ TSE, Rp 0601699-41.2018.6.00.0000/DF, Rel. Carlos Horbach, j. 15.10.2018.

Por outro lado, é igualmente notório o fato de que o projeto “Escola sem Homofobia” não chegou a ser executado pelo Ministério da Educação, do que se conclui que não ensejou, de fato, a distribuição do material didático a ele relacionado.

Assim, a difusão da informação equivocada de que o livro em questão teria sido distribuído pelo MEC, no referido projeto, no PNLD ou no PNBE, gera desinformação no período eleitoral, com prejuízo ao debate político, o que recomenda a remoção dos conteúdos com tal teor.

Assim, o relator determinou a retirada de seis publicações que associassem o livro “Aparelho Sexual & Cia” ao programa “Escola sem Homofobia” do Ministério da Educação, além de requerer ao *Facebook* e ao *Google* o fornecimento de dados dos usuários responsáveis pelas publicações.

Aqui, o magistrado fundamentou a retirada dos conteúdos em elementos comprovados, como foi a publicação oficial do Ministério da Educação. Essa decisão demonstra a necessidade de se identificar que, para serem removidas, as manifestações devem conter a divulgação de fatos “sabidamente inverídicos”, nos exatos termos do art. 22, § 1º, da Res./TSE nº 23.551/2017. Isso previne que a justiça eleitoral avance no controle de fluxo de informações como a “dona da verdade”. Os questionamentos de fatos devem ser efetivamente acompanhados de prova em contrário para que possa haver a intervenção jurisdicional.

Ainda assim, a expressão “sabidamente inverídicos” pode gerar dúvidas quanto à sua interpretação. Aqui, propõem-se três balizas para caracterizar o fato como sabidamente inverídico: (i) a prova da inverdade por fatos públicos e notórios, como foi o caso do esclarecimento oficial do Ministério da Educação sobre a não utilização do livro “Aparelho Sexual & Cia”; (ii) a prova da inverdade de forma pública por agências reconhecidas de *fact checking*; e (iii) a comprovação da inverdade em juízo de forma inequívoca.

Ainda, os fatos objeto do caso acima foram amplamente anunciados e discutidos no período eleitoral de 2018, mesmo depois da decisão de retirada dos seis *links*. Manifestações posteriores veiculando os mesmos fatos não sofreram interferências judiciais, as quais foram entendidas como “opinião crítica do candidato Jair Messias Bolsonaro em relação a seus adversários políticos, de modo que as publicações encontram abrigo no exercício legítimo das liberdades de pensamento e expressão, conforme art. 5º, incisos IV e IX, da Constituição Federal”¹⁸⁷ ou que:

exteriorizam o pensamento crítico dos usuários das plataformas de rede sociais ora impugnadas, de modo que a liberdade de expressão no campo político-eleitoral abrange não só manifestações, opiniões e ideias majoritárias, socialmente aceitas, elogiosas, concordantes ou neutras, mas

¹⁸⁷ TSE, Rp 0601842-30.2018.6.00.0000, rel. Min. Luis Felipe Salomão, j. 28.10.2018.

também aquelas minoritárias, contrárias às crenças estabelecidas, discordantes, críticas e incômodas¹⁸⁸.

Assim, fica demonstrada a limitação da atuação da Justiça Eleitoral, que, mesmo quando efetivada, ainda assim pode não ter força suficiente para frear os estímulos cheios de pós-verdades que viajam rapidamente pelas redes digitais. O enfrentamento dessa problemática vai muito além das estruturas rígidas e estáticas do direito, que não estão, e talvez nunca estejam, preparadas. Toda mudança de paradigma comunicacional vem invariavelmente acompanhada de novas problemáticas. Como ponderou Habermas, “Desde a invenção do livro impresso, que transformou todas as pessoas em leitores potenciais, foi preciso passar séculos até que toda a população aprendesse a ler. (...) É possível que com o tempo aprendamos a lidar com as redes sociais de forma civilizada”¹⁸⁹. Por isso, deve-se priorizar o combate preventivo, por meio de uma educação de como usar a internet.

3.4 O resultado das eleições

As eleições brasileiras foram o mais recente capítulo de uma onda global de eleições amplamente influenciadas pelas redes digitais. A medida do impacto das novas mídias só está começando a ser entendida. Embora se tenha visto que o principal meio de informação do Brasil ainda é a televisão, em termos de quantidade de usuários, pode-se afirmar que o mais decisivo da nova era é a internet.

As novas redes construíram novas forças e superaram antigas. Aquelas que não conseguirem se adequar ao novo fluxo de dados e à nova economia da atenção, logo serão forças obsoletas e antiquadas. O poder de uma campanha de mídia na sociedade em rede atual é a propensão em se tornar viral. O que é viral hoje na internet, amanhã é em todo o mundo da comunicação. Os assuntos em voga no mundo virtual logo se tornam pauta das mídias tradicionais e de toda a sociedade.

A intensificação desse processo nos últimos anos explica diversas transformações ocorridas no pleito eleitoral de 2018. Uma delas é o crescimento do nanico PSL (Partido Social Liberal) de um parlamentar em 2014 para 52 eleitos em 2018¹⁹⁰, a segunda maior

¹⁸⁸ TSE, Rp, 0601697-71.2018.6.00.0000, rel. Min. Luis Felipe Salomão, j. 17.10.2018.

¹⁸⁹ Jürgen Habermas: “Não pode haver intelectuais se não há leitores”. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2018/04/25/eps/1524679056_056165.html>. Acesso em: 25.10.2018.

¹⁹⁰ PT e PSL elegem as maiores bancadas da Câmara dos Deputados. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/noticias/POLITICA/564009-PT-E-PSL-ELEGEM-AS-MAIORES-BANCADAS-DA-CAMARA-DOS-DEPUTADOS.html>>. Acesso em: 16.11.2018.

bancada da Câmara dos Deputados. Desses, 47 nunca tiveram nenhuma experiência parlamentar anterior¹⁹¹. Com uma fatia de apenas R\$ 6,2 milhões do Fundo Partidário, as campanhas dos seus candidatos aconteceram predominantemente na internet, ambiente mais plural e mais barato. Suas pautas conservadoras, capitaneadas pelo candidato à presidência Jair Bolsonaro, ganharam forte repercussão nos espaços virtuais.

Seria ingenuidade atribuir esses movimentos apenas às redes sociais. Mais do que isso, essas transformações se deram diante do cenário de crise política e econômica que provocou a instabilidade de instituições tradicionais. Esse contexto, pelo qual o Brasil ainda passa, é bastante propício para o surgimento de novas forças “salvadoras”, e a internet é o principal local de onde essas forças podem surgir, por ser o centro da articulação social e política da atualidade.

Outros indicativos dessa nova tendência foram as vitórias nas urnas de pessoas que se fizeram famosas pelas redes sociais, tendo construído grandes comunidades virtuais de apoiadores. Dentre elas estão ativistas do meio virtual, *YouTubers* e *digital influencers*, como foi o caso de 16 membros do Movimento Brasil Livre, movimento político brasileiro famoso pela sua atuação nas redes¹⁹².

Nas eleições presidenciais, o candidato eleito fez a sua campanha predominantemente pela internet. Mesmo com tempo irrisório de televisão, ele era conhecido e comentado por todos, sejam apoiadores ou opositores. Como foi defendido, suas estratégias de atuação foram perfeitas para a era da internet. Por suas declarações polêmicas e por vezes incendiárias, ele foi quase sempre pauta de discussões políticas. Os assuntos que ele lançava viravam assuntos de primeira ordem na imprensa e nos debates político-eleitorais.

Vítima de um atentado no mês anterior ao pleito, em que levou uma facada no abdômen¹⁹³, Jair Bolsonaro passou boa parte do período de campanhas de repouso. Ele sequer participou da maior parte dos famosos debates políticos veiculados pelas emissoras de

¹⁹¹ PSL dará ‘curso’ para bancada novata. Disponível em: <<https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,psl-dara-curso-para-bancada-novata,70002611565>>. Acesso em: 16.11.2018.

¹⁹² E o Youtube virou máquina de dinheiro e influência política para o MBL nesta eleição. Disponível em: <<https://www.buzzfeed.com/ryanhatesthis/brazils-congressional-youtubers-1?origin=shp>>. Acesso em: 16.11.2018.

¹⁹³ Jair Bolsonaro leva facada durante ato de campanha em Juiz de Fora. Disponível em: <<https://g1.globo.com/mg/zona-da-mata/noticia/2018/09/06/ato-de-campanha-de-bolsonaro-em-juiz-de-fora-e-interrompido-apos-tumulto.ghtml>>. Acesso em: 16.11.2018.

televisão em razão dos problemas de saúde¹⁹⁴, mas ainda assim tinha força e notoriedade em todas as regiões do país.

Com uma campanha predominantemente *on-line*, o Presidente eleito também gastou muito menos do que o seu adversário, Fernando Haddad. Pelas informações prestadas ao Tribunal Superior Eleitoral, o petista gastou R\$ 37,5 milhões em sua campanha. Já Bolsonaro declarou ter gastado apenas R\$ 2,5 milhões¹⁹⁵. Nesse sentido, já é possível especular que o valor baixo de campanha esteja diretamente ligado ao uso preponderante da internet.

Ainda sobre o impacto das novas tecnologias no processo eleitoral, foi possível perceber a forte presença de *fake news* no ambiente informacional *on-line*. Um levantamento realizado pela agência Lupa de *fact checking* mostrou que as 10 notícias falsas mais populares flagradas por seus checadores do mês de agosto até a data do primeiro turno (07.10.2018) tiveram juntas mais de 865 mil compartilhamentos no *Facebook*¹⁹⁶. As principais notícias envolviam a descontextualização de vídeos e imagens para dar força aos movimentos pró-Bolsonaro, montagens de vídeos envolvendo o candidato Fernando Haddad, bem como notícias questionando a segurança das urnas¹⁹⁷.

Pelo seu alto alcance, essas e outras notícias tiveram forte influência no eleitorado brasileiro. Segundo pesquisa do IDEIA Big Data/Avaaz¹⁹⁸, 83,7% dos eleitores de Jair Bolsonaro acreditam na informação de que o livro “Aparelho Sexual & Cia” foi distribuído em escolas em programa do Ministério da Educação de Haddad intitulado “*kit gay*”, mesmo depois da decisão em que o Ministro Carlos Horbach reconheceu a inverdade desse discurso.

Também houve no período eleitoral uma grande agitação acerca da suposta insegurança das urnas eletrônicas. A estimativa do mesmo instituto é a de que 86% do eleitorado tenha sido exposto a notícias com esse teor. Segundo o DAPP/FGV, essa foi a informação falsa mais citada no *Twitter*, com 1,1 milhão de *tweets* entre 22 de setembro e 21

¹⁹⁴ Bolsonaro não vai participar de debates no 2º turno: “é secundário”. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/noticias/2018/10/18/bolsonaro-nao-vai-participar-de-debates-nem-viajar-no-2-turno.htm>>. Acesso em: 16.11.2018.

¹⁹⁵ Derrotado, Haddad declara que gastou o equivalente a 15 campanhas de Bolsonaro. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/11/derrotado-haddad-declara-gasto-15-vezes-maior-que-bolsonaro-em-campanha.shtml>>. Acesso em: 17.11.2018.

¹⁹⁶ Dez notícias falsas com 865 mil compartilhamentos: o lixo digital do 1º turno. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/10/07/artigo-epoca-noticias-falsas-1-turno/>>. Acesso em: 17.11.2018.

¹⁹⁷ As 10 notícias falsas mais compartilhadas no primeiro turno. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/brasil/as-10-noticias-falsas-mais-compartilhadas-no-primeiro-turno/>>. Acesso em: 17.11.2018

¹⁹⁸ Pesquisa mostra que 84% dos eleitores de Bolsonaro acreditam no kit gay. Disponível em: <<https://congressoemfoco.uol.com.br/eleicoes/pesquisa-mostra-que-84-dos-eleitores-de-bolsonaro-acreditam-no-kit-gay/?fbclid=IwAR1yIbTh7P2p8ow0bVFg5ao4PSU0-niNYh1jYB1u2wlhD8i6fiqIclTn33s>>. Acesso em: 17.11.2018.

de outubro de 2018¹⁹⁹. Notícias sobre o kit gay ficaram em segundo lugar, com 1 milhão de *tweets*.

Uma das principais surpresas para a Justiça Eleitoral em 2018 foi o poder do *WhatsApp* na difusão de *fake news*. Esse aplicativo foi a arma predominante de disparos de notícias e informações durante o período de campanhas eleitorais. Um estudo conjunto da UFMG, da USP e da Agência Lupa estimou, por amostragem de grupos públicos, que 4 em cada 50 imagens que circulavam no aplicativo era falsa²⁰⁰. Essas mensagens eram propagadas, sobretudo, nos grupos de conversa²⁰¹, em que é menos provável que se tenha o contraditório das informações. O controle desse ambiente informacional é especialmente desafiador, uma vez que a Justiça Eleitoral não pode interferir em mensagens privadas entre cidadãos²⁰².

Além da profunda interferência de *fake news*, também foi observada pelo DAPP/FGV a atuação dos robôs sociais nos debates político-eleitorais nas redes sociais. Segundo o instituto, entre os dias 11 e 16 de outubro, as contas automatizadas representaram 0,5% dos perfis nas discussões sobre os presidenciáveis no *Twitter* e foram capazes de gerar 10,4% das discussões²⁰³.

Todas essas evidências apenas começam a demonstrar a drástica influência das mídias digitais nas eleições gerais de 2018. As novas redes certamente revolucionaram a política, transformaram as organizações e os espaços de poder. Os limites dessas influências ainda serão objetos de muitos estudos aprofundados no Brasil e no exterior, assim como as estratégias de enfrentamentos dos desafios.

De toda forma, já se pode sugerir que as novas estruturas de rede propiciam um ambiente de desinformação generalizado. A desinformação distorce a noção de realidade das pessoas, e dificulta a formação da vontade dos cidadãos e cidadãs de forma consciente e qualificada. As informações falsas ou incompletas transformadas em senso comum são um risco para a tomada de decisões democráticas. E, se há riscos para as escolhas democráticas, há riscos piores para a democracia.

¹⁹⁹ Fraude nas urnas e 'kit gay' têm mais impacto que outras notícias falsas. Disponível em: <<https://observa2018.com.br/posts/fraude-nas-urnas-e-kit-gay-tem-maior-impacto-que-outras-noticias-falsas-em-twitter-facebook-e-youtube/>>. Acesso em: 17.11.2018.

²⁰⁰ WhatsApp, uma arma eleitoral sem lei. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/18/tecnologia/1539899403_489473.html> Acesso em 5.11.2018.

²⁰¹ Eleições com *fake news*?: Uma semana dentro de 272 grupos políticos no WhatsApp mostra um Brasil dividido e movido a notícias falsas. Disponível em: < <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45666742>>. Acesso em 25.10.2018.

²⁰² CRUZ, Francisco Brito et al. *Direito Eleitoral na Era Digital*. Belo Horizonte: Letramento, 2018.

²⁰³ Debate influenciado por robôs chega a 10,4% no *Twitter*. Disponível em: <<https://observa2018.com.br/posts/debate-influenciado-por-robos-volta-a-crescer-e-chega-a-104-das-discussoes-sobre-os-presidenciaveis-no-twitter/>>. Acesso em: 17.11.2018.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As novas tecnologias informacionais e comunicacionais transformaram as formas de produzir e compartilhar conhecimentos e informações. Todas essas transformações estão diretamente ligadas às formas como os seres humanos se organizam e conduzem os grupos sociais, revolucionando as relações sociais de forma irreversível.

Essas revoluções se deram, em especial, nos sistemas democráticos, que é fundamentado em processos comunicativos de tomada de decisão coletiva. Logo, as novas redes são bastante associadas com ganhos democráticos, em especial para o aprimoramento da democracia deliberativa de Habermas, com a globalização da esfera pública. Isso porque elas aproximaram mais as pessoas, permitiram o acesso de mais indivíduos à comunicação e à livre manifestação em seus espaços públicos.

No entanto, os últimos movimentos da *web* têm sido no sentido de transformá-la em grandes negócios, cujo principal insumo são os dados pessoais de seus usuários. De posse desses dados, empresas provedoras de internet podem identificar os hábitos e gostos dos usuários, para lhes impulsionar conteúdos personalizados e garantir o clique. Esses mecanismos reorganizam a estrutura da internet em espaços segmentados, que são utilizados para impor vontades a esses usuários, para garantir mais cliques e mais consumo. A aplicação dessa lógica nas disputas políticas, particularmente, pode suscitar graves obstáculos à realização democracia.

Isso porque os detentores dessas tecnologias podem utilizá-las para, indiretamente, cercear a variedade de informações que elas podem acessar e moldar seus comportamentos a partir dos lançamentos de conteúdos persuasivos e desleais. Os indivíduos acabam com a sua liberdade de informação e a sua autonomia da vontade tolhidos, e fazem escolhas não conscientes, baseadas no que é programado para eles por essas tecnologias.

Além disso, esses ambientes virtuais acabam se tornando terrenos propícios para a difusão de notícias falsas. Pela grande quantidade de informação que corre rapidamente pela *web*, perde-se uma cultura de confirmar as procedências dos conteúdos, replicando-os rapidamente pelo seu teor “atrativo” ou “polêmico”. Essas *fake news* podem ser tão difundidas que chegam a se tornar verdades socialmente aceitas, provocando, em última instância, uma verdadeira subversão da realidade: a chamada era da pós-verdade.

Esse cenário de desinformação é intensificado, ainda, pelo uso de contas automatizadas para difusão e compartilhamento de mensagens em redes sociais, os *social bots*, que podem dar relevância a assuntos de forma artificial, assim como desviar a atenção

de debates espontâneos importantes para a democracia. Tudo isso contribui para a manipulação dos debates e discursos políticos na *web*, dificultando, assim, a formação da vontade coletiva de forma consciente e construtiva.

Esse ambiente de desinformação e manipulação é ainda mais perigoso durante os períodos eleitorais. Diversas democracias no mundo todo já sentiram os efeitos dessa nova ordem, como os Estados Unidos, nas suas eleições de 2016, em que ficaram comprovadas a massiva divulgação de *fake news* e a influência de robôs nos debates públicos.

As eleições gerais brasileiras de 2018 também destacaram esses desafios que a internet impõe aos debates públicos. Do ponto de vista da saúde da democracia, as grandes promessas da Internet também são suas armadilhas. Seu potencial libertador e *antiestablishment* pode ser aproveitado por demagogos que apelam para os piores ímpetos dos seres humanos.

Ao contribuir para o rompimento de instituições tradicionais, como partidos políticos e a mídia de *broadcast*, a Internet deixou um vazio que pode ser preenchido por apelos de candidatos populistas, notícias falsas e propaganda. O sucesso da campanha de Jair Bolsonaro confirmou aquilo que já havia se sugerido na vitória de Trump: a capacidade de se tornar viral é agora o principal ativo de uma campanha eleitoral. Os candidatos que geram compartilhamentos, curtidas e seguidores têm vantagem disparada em relação àqueles que não geram. E o que chama atenção hoje é o apelo às emoções e aos espetáculos.

A democracia depende na habilidade e na vontade dos cidadãos de basear seus julgamentos políticos em informações verdadeiras, completas e de qualidade. A política do espetáculo, das inverdades e da desinformação acaba minando os fundamentos do sistema democrático.

O enfrentamento do problema da desinformação na nova era digital deve ser um esforço multidisciplinar de diversos atores sociais. Não há uma fórmula simples para a superação desses desafios, tampouco uma resposta jurídica única. Mas, para começar, pode-se conjecturar que o enfrentamento se dará sobretudo com um esforço educador de pessoas de todas as idades sobre o consumo de mídias na internet.

A internetização da vida, como proclama Ayres Britto²⁰⁴, é irreversível. As novas tecnologias estão aqui para ficar. Deve-se lembrar que elas são apenas instrumentos. Como qualquer ferramenta, ela pode ser usada para o bem e para o mal. Ao mesmo tempo que por

²⁰⁴ 'Quem chega a presidente tem de baixar a crista antidemocrática', diz Ayres Britto. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/quem-chega-a-presidente-tem-de-baixar-a-crista-antidemocratica-diz-ayres-britto.shtml?fbclid=IwAR0-qnk2X-kHevnZaIHUuGEhJKseU-4hig-MzRoqA8ekv105KNIjeycejLU>>. Acesso em: 17.11.2018.

meio delas se pode promover a emancipação de povos, pode-se garantir sua total subordinação a alguma força. O principal desafio que é colocado, então, é o de aprimorar o seu potencial libertador e controlar os ímpetos manipuladores.

Deve-se, portanto, usar o melhor lado da internet, informativo e democratizador, para se combater o seu pior lado. Assim, repete-se como um mantra, que a solução para o problema da desinformação é a própria informação, da mesma forma que a solução para o problema da democracia é a própria democracia.

BIBLIOGRAFIA

ALCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew. *Social Media and Fake News in the 2016 Election*. In: Journal of Economic Perspectives. Vol. 31, nº 2, pp. 211-236. Primavera, 2017.

BARROSO, Luís Roberto. *A razão sem voto: o Supremo Tribunal Federal e o governo da minoria*. In: Revista Brasileira de Políticas Públicas. Brasília, vol. 5, número especial 2015, pp. 23-50.

BARROSO, Luís Roberto. *Reforma Política no Brasil: os consensos possíveis e o caminho do meio*. Texto-base da tradução para o português de apresentação feita na Faculdade de Direito da Universidade de Harvard, no painel Political Reforms: Towards a more representative democracy?, no Brazil Harvard Conference, realizado em 17 de maio de 2015.

BEETHAM, David. WEIR, Stuart. *Democratic Audit in Comparative Perspective*. In: *Demokratiemessung*. Springer Fachmedien, Wiesbaden, 2000.

CALHOUN, C. J. *Habermas and the public sphere*. Cambridge, Mass.: MIT Press, 1992.

CASTELLS, Manuel. *O Poder da Comunicação*. 2ª Edição. Trad. de Vera Lúcia Mello Joscelyne; Rev. de Isabela Machado de Oliveira Fraga. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2017.

_____. *Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet*. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CRUZ, Francisco Brito et al. *Direito Eleitoral na Era Digital*. Belo Horizonte: Letramento, 2018.

DAHL, Robert. *Sobre a democracia*. Brasília: Editora UnB, 2001

Van DJICK, José. *Datafication, dataism and dataveillance: Big Data between scientific paradigm and ideology*. In: Surveillance & Society. Vol. 12, nº 2, pp. 197-208, 2014.

DONEDA, Danilo. *Da privacidade à proteção de dados pessoais*. Rio de Janeiro: Renovar, 2006. p. 174.

GHAHRAMANI, Z. *Probabilistic machine learning and artificial intelligence*. In: Nature. Vol. 521, pp. 452/459, Maio de 2015.

HABERMAS, Jürgen. *Political communication in media Society: does democracy still enjoy an epistemic dimension? The impact of normative theory on empirical research*. In: *Communication Theory*. Vol. 16, 2006.

_____. *Direito e democracia: entre faticidade e validade*. Vol. II. Trad. Fabio Benoit Siebneichler. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.

_____. *Three normative models of democracy*. In: *Constellations*. Volume 1, nº 1, 1994.

_____. *The theory of communicative action vol. 1: Reason and the rationalization of society*. Boston: Beacon Press, 1984.

HARARI, Yuval. *Homo Deus: Uma Breve História do Amanhã*. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 2016.

KALYVAS, James R.; OVERLY, Michael R. *Big Data: A Business and Legal Guide*. Boca Raton: CRC Press, 2015.

LILLEKER, D.; THIERRY, V. *The Internet in Campaigns and Elections*. In: *The Oxford Handbook of Internet Studies*. Nova York: Oxford University Press, 2013.

LOHR, Steve. *The Promise and Peril of the 'Data-Driven Society'*. Disponível em: <<https://bits.blogs.nytimes.com/2013/02/25/the-promise-and-peril-of-the-data-driven-society/>>. Acesso em 05/11/2018.

MARGETS, Helen. *The Internet and Democracy*. In: *The Oxford Handbook of Internet Studies*. Nova York: Oxford University Press, 2013.

MARQUES, Danusa. *Democracia e ciências sociais no Brasil (1985-2005)*. 2007. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) – Instituto de Ciência Política – Universidade de Brasília, Brasília.

MARTINUZZO, José Antônio. *Os públicos justificam os meios: Mídias customizadas e comunicação organizacional na economia da atenção*. São Paulo: Summus, 2014.

MCINTYRE, Lee. *Post-truth*. Cambridge, MA: MIT Press, 2018.

MENDES, Laura Schertel. *Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor: linhas gerais de um novo direito fundamental*. São Paulo: Saraiva, 2014.

MIGUEL, Luis Felipe. *Representação Política em 3-D: Elementos para uma teoria ampliada da representação política*. In: Revista Brasileira de Ciências Sociais. Vol. 6 nº 51. Fevereiro de 2013.

NEISSER, Fernando; BERNADELLI, Paula; MACHADO, Raquel. *A mentira no ambiente digital: impactos eleitorais e possibilidades de controle*. In: Tratado de Direito Eleitoral Volume 4 - Propaganda Eleitoral. FUX, Luiz; PEREIRA, Luiz Fernando Casagrande; AGRA, Walber de Moura (coord.); PECCININ, Luiz Eduardo (org.). Belo Horizonte: Forum, 2018.

NETO, Tarcísio Vieira de Carvalho. *Democracia Digital*. In: Reforma Política: Homenagem ao Ministro Celso de Mello (Org. Erick Wilson Pereira). Brasília: Conselho Federal OAB, 2017.

OSORIO, Aline. *Direito eleitoral e liberdade de expressão*. Belo Horizonte: Fórum, 2017.

PARISER, Eli. *The Filter Bubble. How the new personalized web is changing what we read and how we think*. New York: The Penguin Press, 2011

PAPACHARISSI, Zizi. *The virtual sphere: The internet as a public sphere*. In: Sage Journals, Volume 4, nº 1, pp. 9-27. February 1, 2002.

PERSILY, Nathaniel. *The 2016 U.S. Election: Can democracy survive the internet?* In: Journal of Democracy. Vol. 28, nº2, pp. 63-76. Abril, 2017.

RAIS, Diogo et al. *Direito eleitoral na era digital*. São Paulo: Thomson Reuters, 2018.

RUEDIGER, Marco Aurélio. *Robôs, redes sociais e política no Brasil: estudo sobre interferências ilegítimas no debate público na web, riscos à democracia e processo eleitoral de 2018*. Rio de Janeiro: FGV, DAPP, 2017.

SCHNEIDER, S; FOOT, K. *The Web as an Object of Study*. In: New Media & Society, Vol. 6, nº 1.

THELWALL, Mike. *Society on the Web. In: The Oxford Handbook of Internet Studies*. Nova York: Oxford University Press, 2013.

WARDLE, Claire. *Fake News. It's complicated*. Disponível em: <<https://medium.com/1st-draft/fake-news-its-complicated-d0f773766c79>>. Acesso em: 25.10.2018.

WU, Timothy. *Who Controls the Internet?: Illusions of a Borderless World*. Oxford University Press: Nova York, 2006